

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и организация предприятий энергетического
и транспортного комплексов»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Е. В. Кашина
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

080100.62.05.09 «Экономика предприятий и организаций»

**Разработка мероприятий повышения прибыли и рентабельности
предприятия**

Пояснительная записка

Руководитель _____ Канд. техн. наук, доцент О. Г. Феокистов
подпись, дата

Выпускник _____ Н. А. Экснер
подпись, дата

Нормоконтролер _____ К. А. Мухина
подпись, дата

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1. Понятие прибыли и рентабельности	6
1.1 Понятие и концепция прибыли.....	6
1.2 Понятие и сущность рентабельности	13
1.3. Факторы повышения прибыли и рентабельности	27
2. Основные показатели прибыли и рентабельности нефтяной компании АО «Газпромбанк»	37
2.1 Общая характеристика и основные показатели деятельности организации.....	37
2.2 Анализ прибыли и рентабельности АО «Газпромбанк»	43
2.3. Управление прибылью и рентабельностью в АО «Газпромбанк»	49
3. Пути повышения прибыли и рентабельности АО «Газпромбанк»	Ошибка! Закладка не
3.1 Мероприятия по увеличению роста прибыли и рентабельности	Ошибка! Закла
3.2 Экономический эффект от предложенных мероприятий	Ошибка! Закладка не
Заключение.....	56
Список использованных источников	60
Приложение А	
Список сокращений.....	71
Приложение Б Организационная структура управления в АО «Газпромбанк».....	65

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В современной экономике Российской Федерации можно выделить множество проблем формирования прибыли и рентабельности на предприятии. Формирование прибыли и рентабельности на предприятии является самой важной составляющей в ее деятельности.

Прибыль является первоочередным стимулом к созданию новых или развитию уже действующих предприятий.

Возможность получения прибыли побуждает людей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, применять технические нововведения, которые могут повысить эффективность производства.

Работая прибыльно, предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

Главной целью деятельности любого коммерческого предприятия является получение прибыли. Учитывая это можно сказать, что, в конечном счете, она направлена на достижение двух основных целей:

- получение максимально высокой прибыли (максимально высокий финансовый результат и рентабельность);
- с минимальными затратами по отношению к внешней среде, что необходимо для сохранения его как юридического лица на протяжении длительного периода времени.

В современных условиях прибыль предприятия является важнейшим источником получения необходимых ему финансовых ресурсов для развития производства. Прибыль обеспечивает предприятию возможность решать социальные проблемы работников. Кроме того, за счет прибыли выполняется часть обязательств предприятия перед бюджетом, банками, другими предприятиями и организациями.

При формирующихся рыночных отношениях ориентация предприятий на получение прибыли является неперенным условием для их успешной предпринимательской деятельности, критерием выбора оптимальных направлений и методов этой деятельности. Учет, прогнозирование и планирование финансового результата предприятия необходимо на любой стадии производства.

Анализ прибыли предприятия позволяет выявить большое число тенденций развития, а также выявить резервы роста прибыли, что, в конечном счете, позволяет предприятию более успешно осуществлять свою деятельность.

Предмет исследования – показатели прибыли и рентабельности нефтяной.

Объект исследования – АО «Газпромбанк».

Цель исследования – разработка мероприятий повышения прибыли и рентабельности предприятия.

Задачи работы:

- описать понятие и концепции прибыли;
- рассмотреть понятие и сущность рентабельности;
- проанализировать факторы повышения прибыли и рентабельности;
- раскрыть основные показатели прибыли и рентабельности нефтяной компании АО «Газпромбанк»;
- описать пути повышения прибыли и рентабельности АО «Газпромбанк».

Методологической основой исследования стала совокупность современных методов анализа и синтеза (системный и диалектический подходы), экономико-статистический метод, методы аналогий, которые опираются на комплекс экономических и юридических дисциплин, а также смежных с ними областей знаний. Статистические данные проанализированы с применением выборки, группировки, сравнения и обобщения, исследования

рядов динамики с использованием компьютерных программ Microsoft Word, Microsoft Excel.

1. Понятие прибыли и рентабельности

1.1 Понятие и концепция прибыли

В истории экономической мысли сложились следующие концепции прибыли.

Меркантилизм о прибыли, с точки зрения меркантилистов – прибыль создается в сфере обращения, а богатство нации заключается в деньгах [1]. Подлинным источником богатства и прибыли они считали внешнюю торговлю. И это объяснимо. Внешняя торговля особенно с колониями, была основным источником приумножения золота и серебра. А поскольку материал для экспорта поставляется ремеслами, меркантилисты приходили к выводу, что процветание ремесла является условием торговли, следовательно, условием богатства страны, а не его причиной.

Физиократы под прибылью считали часть «ренды», добавочный доход, получаемый предпринимателем сверх определённой прибыли на затраченные труд и капитал [2]. Прибыль, по мнению физиократов, (Франсуа Кенэ, Анн Роберт Жак Тюрго) представляет собой своеобразную, более высокую заработную плату и потребляется капиталистами как доход [3].

Классическая школа видела источник прибыли не в обращении, а в производстве. А. Смит указывал на то, что «стоимость, которую рабочие прибавляют к стоимости материалов, распадается сама на две части, из которых одна идет на оплату их заработной платы, а другая на оплату прибыли их предпринимателя»[4]. В соответствии с этим Смит трактовал прибыль как вычет, делаемый капиталистом из продукта труда наемных рабочих. Однако Смит не придерживался последовательно такого определения прибыли. Наряду с трактовкой прибыли как вычета из продукта труда рабочих у Смита имелась также трактовка прибыли как одного из источников стоимости, причем здесь прибыль рассматривалась как

вознаграждение капиталистов (предпринимателей) за то, что они вкладывают капитал в производство [5].

Д. Рикардо отказался от трактовки Смитом стоимости как суммы заработной платы, прибыли и ренты, он рассматривал прибыль как вычет из продукта труда рабочих. Д. Рикардо считал прибыль категорией производства, им был сформирован закон, согласно которому величины заработной платы и прибыли находятся в обратном отношении друг к другу. Он писал, что прибыль будет высока или низка в соответствии с тем, низка или высока заработная плата. Д. Рикардо отождествлял прибыль с прибавочной стоимостью, считая, что и при капитализме товары продаются в среднем по стоимости [6].

Последователи А. Смита и Д. Рикардо стали усматривать происхождение прибыли и ренты как вычет из стоимости труда рабочих, в эксплуатации труда капиталом и антагонизме классов. Т. Мальтус представлял прибыль в качестве составной части цены [7]. Для ее выявления из стоимости (цены) товара следует вычесть издержки в процессе производства на труд и капитал.

Прибыль, по Дж. Миллю, измеряется текущей ставкой процента под наиболее выгодное обеспечение, а последняя определяется сравнительной ценностью, которая приписывается настоящему и будущему в данном обществе.

Ж.Б. Сэй писал о той части прибылей предпринимателя, которая поступает в вознаграждение за его промышленные способности, за его таланты, деятельность, дух порядка и руководство. Однако трактовка предпринимательской прибыли у Ж.Б. Сэя, как и у многих других экономистов, сводилась к плате за управление, не отличающейся принципиально от заработной платы рабочих [8].

Марксистское экономическое учение о прибыли. К. Маркс в третьем тома «Капитала» утверждал, прибыль - есть то же самое, что и прибавочная

стоимость, но только в мистифицированной форме, которая, однако, необходимо возникает из капиталистического способа производства [9].

Маркс писал: «Прибыль для нас, прежде всего лишь другое название или другая категория для прибавочной стоимости. Так как благодаря форме заработной платы весь труд выступает как оплаченный, то неизбежно кажется, что неоплаченная часть его возникает не из труда, а из капитала, и притом не из переменной части его, а из всего капитала в целом. Вследствие этого прибавочная стоимость приобретает форму прибыли, - без количественного различия между той и другой. Это лишь иллюзорная форма проявления прибавочной стоимости» [10].

Фактически прибыль промышленного капитала представляет собой не что иное, как превращённую форму прибавочной стоимости, продукт переменного капитала. Суть превращения заключается в том, что прибавочная стоимость в форме прибыли предстает как порождение всего капитала (переменного и постоянного) и всех фаз его движения (как процесса производства, так и процесса обращения).

Иначе говоря, прибыль представляет собой такую объективно обусловленную форму внешнего проявления прибавочной стоимости, которая искажает её действительную сущность и вместе с тем сущность капиталистических отношений, маскируя тот факт, что единственным источником обогащения класса капиталистов является наёмный труд пролетариев.

Распадение стоимости товара на издержки производства и прибыль свойственно только капиталистической форме товарного производства. Оно неприменимо к простому товарному хозяйству, где непосредственный производитель осуществляет процесс труда собственными средствами производства.

Таким образом, по мнению Маркса, прибыль – это превращенная форма прибавочной стоимости, порожденной всем авансированным капиталом, а источником прибыли он считал самих работников. Он

исследовал условия превращения прибавочной стоимости в прибыль и среднюю прибыль [3].

Значительный прогресс в развитии теории прибыли связан с исследованиями маржиналистов, в частности С. Джевонса, К. Менгера, Е. Бем-Баверка, Л. Вальраса, Дж. Кларка [11]. Основу их экономической парадигмы составляла теория предельной полезности, разработка которой оценивается экономистами как революционная.

В рамках парадигмы маржиналисты основное внимание в своих исследованиях сосредоточили на микроэкономическом анализе условий формирования прибыли. Используя предельный метод экономического анализа, маржиналисты выявили систему важнейших факторов, максимизирующих прибыль предприятия.

Неоклассические экономические теории прибыли значительно углубили отдельные сущностные ее характеристики и определили многие количественные параметры, связанные с ее формированием. Среди этих теорий особого внимания заслуживают, теория предпринимательской прибыли (увязывающая ее уровень с уровнем риска), теория инновационной прибыли (увязывающая дополнительный ее размер с внедрением инноваций) и др.

Однако чаще концепцию риска и неопределенности как источника прибыли связывают с именем американского экономиста Ф. Найта, который в работе «Риск, неопределенность и прибыль» провел классический анализ этой проблемы. Он охарактеризовал прибыль как компенсацию предпринимателя за несение им «бремени риска» за успех или неуспех своего дела [12].

Й. А. Шумпетер отличал прибыль предпринимателя от платы за управление предприятием и премии за риск ведения бизнеса, которые он прямо относил к затратам производства.

Ф. Лерру определял функциональную прибыль как вознаграждение за функции нововведений и экономической власти [6]. Создать прибыль

экономически означает осуществлять эффективные нововведения и способствовать увеличению создаваемого продукта. Осуществлять власть в экономическом смысле на предприятии означает сделать конкурентными или совместимыми между собой для достижения цели фирмы проекты и планы агентов и групп, составляющих данную производственную единицу.

Ж. Маршал и Ж. Лекайон называют пять способов получения прибыли: продажа труда, ведение промышленного или торгового предприятия, сельскохозяйственное предприятие, ссуда денег или натуральных благ и трансферты, или признание прав без соответствующего вклада [2].

В соответствии с названными способами получения доходов французские структуралисты выделяют пять больших социальных групп: трудящиеся - получатели дохода от труда (рабочие, служащие, управляющие); получатели прибыли (индивидуальные предприниматели в промышленности и торговле, частные и национализированные акционерные компании и их администрация, лица свободных профессий); группа сельскохозяйственных производителей; заимодавцы; получатели трансфертов.

Б. Берман, Дж. Р. Эванс писали «прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход от предпринимательской деятельности, получаемый как разница между совокупными доходами и совокупными расходами предприятия. Прибыль или убыток предприятия – главный показатель, отражающий финансовый результат» [13].

Прибыль является основным оценочным показателем хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия. Прибыль всегда определяется в стоимостной форме.

В настоящее время существуют различные подходы к определению прибыли. Некоторые из них полностью отрицают, другие дополняют исследования экономистов в истории экономической науки. Но можно сказать, что наблюдается преемственность в развитии понятия «прибыль», ее составляющих и факторов, влияющих на ее формирование [14].

На современном этапе развития экономических учений «понятие «прибыли» не носит однозначного характера. Представляя собой конечный финансовый результат, прибыль представляет собой весьма сложную экономическую категорию, и потому возможны различные ее определения и представления.

Профессор А.Д. Шеремет определяет, что «прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятия представляет собой положительную разницу между общей суммой доходов и затратами (расходами) на производство и реализацию продукции с учетом других хозяйственных операций. Убыток, напротив - это отрицательная разница между доходами и расходами по всем хозяйственным операциям предприятия» [15].

Другой авторитетный российский ученый В.В. Ковалев полагает, что «понятие прибыли весьма неопределенно как в сущностном плане, так и в плане алгоритмическом». А вопрос выбора перечня доходов и расходов вариативен, поэтому: «Прибыль множественна по своему представлению и методам измерения и идентифицируется только тогда, когда четко определены понятия, во-первых, доходов и расходов (затрат) или капитала, и, во-вторых, способов их оценки и увязки в едином счетном алгоритме.

Иными словами, прибыль — это расчетный и потому условный показатель; в зависимости от включенных в рассмотрение факторов и их количественной оценки могут исчисляться разные показатели прибыли» [8].

А.С. Булатова дает определение прибыли как важнейшему инструменту экономического анализа. Внешне она выступает как разница между продажной ценой товара и издержками его производства [16].

И. Ансофф пишет, что прибыль является экономической категорией, необходимость существования которой обусловлена развитием товарного производства и обращения и наличием товарно-денежных отношений [17].

С учетом выше перечисленных основных характеристик прибыли, ее понятие в наиболее обобщенном виде может быть сформулировано

следующим образом: «Прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности» (рисунок 1.1). По общему правилу показатель чистой прибыли предприятия рассчитывается исходя из операционного денежного потока. При этом, не стоит путать данный аналитический показатель с чистым денежным потоком, который используется для целей инвестиционной эффективности деятельности.

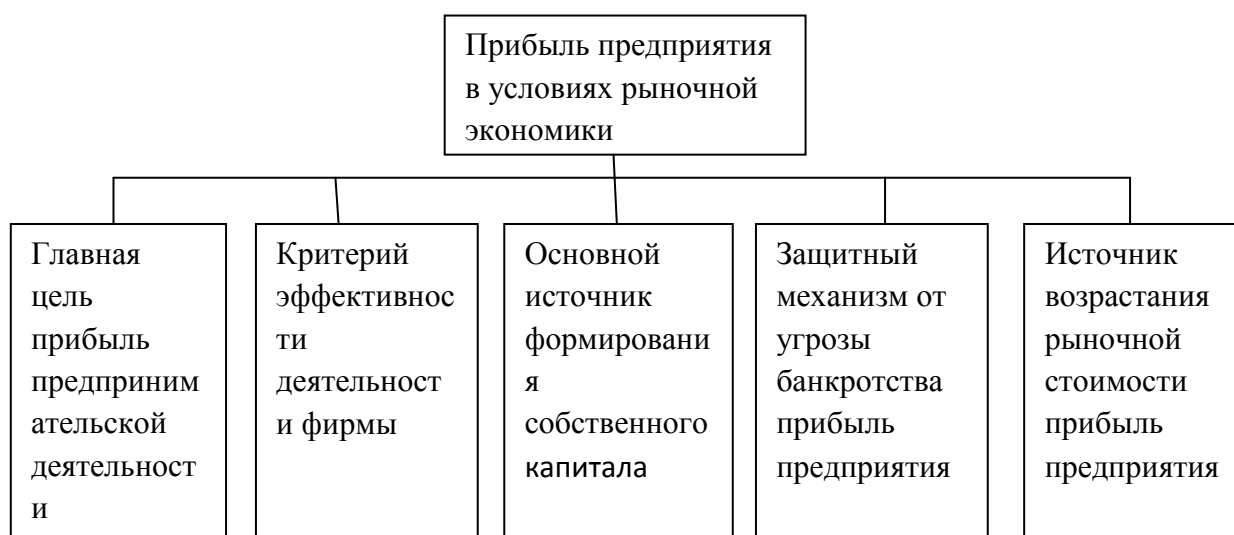


Рисунок 1.1 – Характеристика роли прибыли в условиях рыночной экономики

В современном понятии прибыль - основной источник финансовых ресурсов предприятия, связанный с получением валового дохода. Валовой доход предприятия – это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат, включающий в себя оплату труда и прибыль.

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятия представляет собой положительную разницу между общей суммой доходов и затратами (расходами) на производство и реализацию

продукции с учетом других хозяйственных операций. Убыток, напротив, – это отрицательная разница между доходами и расходами по всем хозяйственным операциям предприятия.

Таким образом, исходя из выше изложенного материала, под прибылью обычно понимают положительную разницу между валовым доходом и валовыми издержками. Поэтому предприятию нужно минимизировать издержки и максимизировать прибыль.

1.2 Понятие и сущность рентабельности

Рентабельность – относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а также природных богатств. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам, ресурсам или потокам, её формирующим. Может выражаться как в прибыли на единицу вложенных средств, так и в прибыли, которую несёт в себе каждая полученная денежная единица. Показатели рентабельности часто выражают в процентах [6].

Рентабельным является такое состояние деятельности, когда на протяжении определенного периода денежные поступления компенсируют понесенные расходы, создается и накапливается прибыль. Противоположным состоянием является убыточность, когда денежные поступления не компенсируют понесенные расходы.

Показатели эффективности характеризуют способность понесенных расходов окупиться, что является основой дальнейшей деятельности предприятия. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, отражают результаты деятельности предприятия; они используются как инструменты инвестиционной, ценовой политики.

Рентабельность предприятия (бизнеса) – это показатель, характеризующий доходность его деятельности, или, другими словами,

показатель экономической эффективности. В определенной степени этот параметр показывает, насколько эффективно компания использует имеющиеся в ее распоряжении экономические, природные, денежные и трудовые ресурсы. Если это некоммерческая структура, то можно сказать, что рентабельность – это и есть эффективность ее работы, для коммерческих же подразделений более важны точные количественные характеристики. Можно сравнить рентабельность с показателем КПД, то есть соотношением понесенных затрат и полученной в итоге прибыли (то есть, упрощенно, соотношение расходов и доходов). Если бизнес по итогам отчетного периода дает прибыль, то такой бизнес можно назвать рентабельным.

Поскольку показатели эффективности традиционно различаются в зависимости от вида бизнеса, то стоит говорить о разных видах рентабельности. Также стоит заметить, что при расчете разных видов рентабельности используются разные коэффициенты и, следовательно, формулы будут весьма отличаться. Мы можем говорить о следующих видах рентабельности:

- общая рентабельность активов (оборотных и внеоборотных) – характеристика, показывающая, какие денежные средства были привлечены компанией для получения прибыли в 1 рубль. Ее оценку можно провести исходя из соотношения прибыли до уплаты налогов и средней величины стоимости всех активов компании за конкретный промежуток времени (возьмем, к примеру, год). Другими словами, это способность активов компании (про пассивы и активы подробнее тут) создавать прибыль. Если мы говорим о рентабельности формирования самих активов компании, то в данном случае нам необходимо вычислить ее путем деления прибыли компании (опять же до уплаты налогов) на среднюю стоимость привлеченных активов опять же за конкретный промежуток времени (к примеру, год) [18];

- рентабельность продукции (товара) – соотношение между прибылью от продажи товара и средствами, затраченными на его изготовление

(производство). Показатель характеризует насколько выгодным является производство того или иного товара или услуги;

- рентабельность производства – экономический показатель, характеризующий целесообразность того или иного вида бизнеса.

В данном случае мы говорим о соотношении между затратами производства и полученной в итоге чистой прибылью. Как уже упоминалось выше, рентабельным является производства с положительным балансом прибыли и затрат. К мерам увеличения рентабельности производства стоит отнести снижение себестоимости продукта и повышение качества производства.

Устанавливая связь между суммой прибыли и величиной вложенного капитала, показатель рентабельности можно использовать в процессе прогнозирования прибыли. В процессе прогнозирования с фактическими и ожидаемыми инвестициями сопоставляется прибыль, которую предполагается получить на эти инвестиции. Оценка предполагаемой прибыли базируется на уровне доходности за предшествующие периоды с учетом прогнозируемых изменений [19].

Рентабельность – это сложная категория. Она показывает, насколько прибыльна деятельность компании, и, следовательно, чем выше показатели рентабельности, тем успешнее деятельность. По этой причине предприятию необходимо находить новые пути повышения рентабельности с целью обеспечения наиболее высочайших характеристик.

Факторы увеличения рентабельности производства можно определить следующим образом: чем больше доход и чем с меньшей стоимостью основных фондов и оборотных средств он достигнут и более эффективно они используются, тем выше рентабельность производства, а значит выше экономическая эффективность функционирования отрасли.

Ключевые пути повышения рентабельности являются повышение абсолютной суммы прибыли и сокращение затрат на производство продукции. Этому способствует обширное использование в производстве

результатов научно-технического прогресса, ведущее к увеличению производительности общественного труда и снижению на этой основе стоимости единицы ресурсов, применяемые в производстве.

Альтернативность поиска путей повышения рентабельности определяется разнообразием ее характеристик. Следует учитывать также, что при анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внешних и внутренних условий. К внешним условиям относится расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены на предлагаемые товары. Внутренние условия являются наиболее значительными, чем внешние. К ним относятся: повышение объемов производства, сокращение себестоимости продукции, увеличение отдачи основных средств и т.д. Не менее значимым условием, влияющим на рентабельность, является наличие у предприятия долгов и задолженностей. Наиболее оптимальной считается ситуация, когда предприятие прибегает к помощи дополнительных займов с целью обновления оборудования либо ассортимента. Основой увеличения признака рентабельности может являться внедрение инноваций, позволяющих производить новый вид товаров с наилучшим качеством, осваивать новые рынки сбыта продукции, вводить организационно-управленческие нововведения и т.д. [20]. Любое торговое учреждение и компания стремится развиваться и расширять свою деятельность. Рост и развитие предприятия, в частности индустриального предприятия, плотно объединены с исследованием и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования, увеличения и распределения рентабельности. В концепции имеются различные взгляды и мнения на процесс увеличения данного показателя, различные комбинации к реализации этого процесса. Согласно одному из множества подходов росту рентабельности предприятия содействует манипулирование тремя факторами, характеризующим его рентабельность (рисунок 1.2).

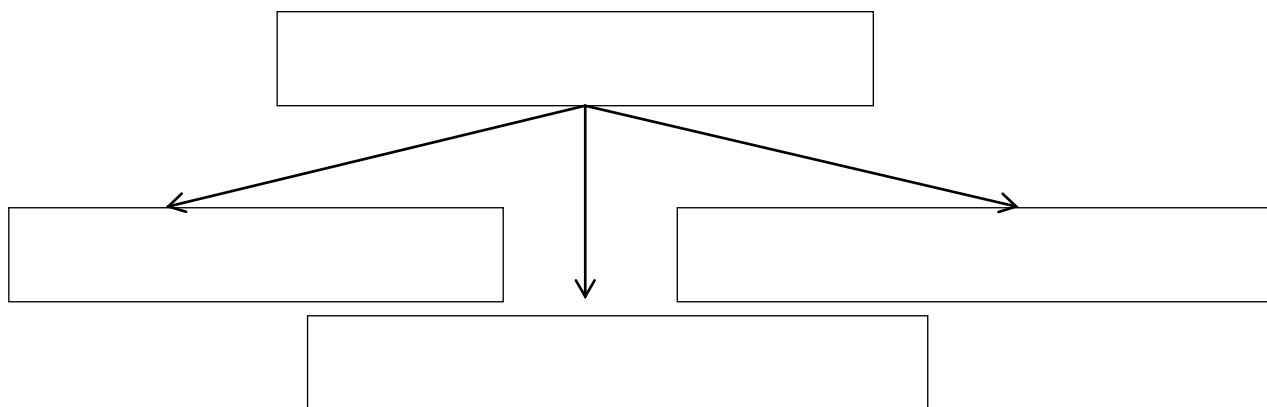


Рисунок 1.2 – Факторы рентабельности

Показатель рентабельности производства имеет особенно существенную роль в современных, рыночных условиях, когда руководству предприятия требуется регулярно принимать ряд неординарных решений для обеспечения прибыльности, а, следовательно, экономической стабильности компании или фирмы.

Рентабельность — относительный показатель отражающий уровень доходности использования материальных, трудовых денежных и других ресурсов. Рассчитывается как отношение прибыли к затратам или использованным ресурсам. Выражается в процентах или в прибыли на единицу вложенных средств.

В качестве прибыли могут быть использованы: сумма чистой прибыли, балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции, прибыли от разных видов деятельности предприятия.

В качестве затрат могут быть использованы: выручка от реализации, себестоимость продукции, стоимость основных и оборотных фондов, сумма собственного и заемного капитала и др.

Термин «рентабельный» часто используют как синоним слова доходный, приносящий прибыль. Порог рентабельности (точка

безубыточности) — такой объем продаж, при котором предприятие покрывает все свои расходы, не получая прибыли [5].

Для оценки доходности различных направлений деятельности предприятия и привлеченных ресурсов используются различные показатели рентабельности. В зависимости от конкретных задач могут быть вычислены показатели общей рентабельности, рентабельности собственного капитала, рентабельности инвестиций и др.

Основные показатели рентабельности:

- общая рентабельность — отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных и оборотных средств;
- рентабельность собственного капитала — отношение прибыли к среднему за период размеру собственного капитала;
- рентабельность активов — отношение чистой прибыли, полученной за период к средней величине активов предприятия за период. Показывает способность активов компании порождать прибыль, индикатор доходности деятельности компании, свободный от влияния объема заемных средств. Используется при расчете одного из важнейших финансовых показателей - финансового рычага;
- рентабельность продукции - отношение всей полученной прибыли к полной себестоимости реализованной продукции;
- рентабельность конкретного изделия — отношение прибыли от реализации изделия к полной себестоимости изделия. Этот показатель очень важен для принятия решений по управлению производством, он показывает степень рентабельности производимого изделия. Учитывая, что цель предпринимательской деятельности — получение максимальной прибыли, предприятие после анализа рентабельности изделия должно принять решение — избавиться от убыточных и малорентабельных изделий и увеличить выпуск высокорентабельных видов продукции;
- рентабельность оборота — отношение прибыли к валовой выручке.

Рассмотрим показатели рентабельности и их интерпретацию (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Показатели рентабельности и их интерпретация

Показатель	Интерпретация
Расходные показатели рентабельности	<ul style="list-style-type: none"> - рентабельность продукции – рассчитывается как отношение валовой прибыли от продажи к себестоимости реализованной продукции, показывает, сколько получено валовой прибыли на 1 рубль понесенных расходов; - рентабельность операционной деятельности – рассчитывается как отношение финансового результата от операционной деятельности к операционным расходам, показывает, сколько получено прибыли от операционной деятельности с 1 рубля операционных расходов; - рентабельность обычной деятельности – показывает, сколько получено прибыли от обычной деятельности с 1 рубля обычных расходов; рентабельность хозяйственной деятельности;
Расходные показатели рентабельности	<ul style="list-style-type: none"> - коэффициент покрытия производственных расходов рассчитывается как отношение чистого дохода к себестоимости реализованной продукции, показывает на какую величину 1 рубль чистого дохода покрывает производственные расходы; - коэффициент окупаемости – рассчитывается как отношение себестоимости проданной продукции к чистому доходу, показывает величину производственных расходов, которая осуществляется для того, чтоб получить 1 рубль чистого дохода [18, с. 35].
Ресурсные показатели рентабельности рассчитываются, если необходимо определить доходность ресурсов или капитала предприятия	<ul style="list-style-type: none"> - рентабельность предприятия, которая показывает величину чистой прибыли, которая приходится на 1 рубль активов; - рентабельность собственного капитала показывает величину прибыли на 1 рубль собственного капитала; - рентабельность привлеченного капитала, рентабельность перманентного капитала, рентабельность внеоборотных активов, рентабельность оборотных активов, которая показывает величину чистой прибыли, которая приходится на 1 рубль активов; - коэффициенты покрытия активов, окупаемости активов, покрытия собственного капитала, окупаемости собственного капитала.
Доходные показатели рентабельности рассчитываются как отношение прибыли от реализации продукции к чистой прибыли предприятия	показатель характеризует эффективность коммерческой деятельности и отражает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля выручки. Сюда относятся: валовая рентабельность продажи, чистая рентабельность продажи и пр.

Рентабельность реализации рассчитывается в целом по предприятию и по отдельным видам продукции. Для расчета приведенных показателей

рентабельности в числителе показателей может отражаться не только сумма прибыли но и сумма чистого прироста денежных средств [21].

Размер полученной прибыли в расчёте на одного работника, и эффективность использования рабочей силы определяется коэффициентом рентабельности, рассчитанным по отношению численности занятых на предприятии работников. Наряду с этим показателем, определяются величины валовой и чистой прибыли по отношению к фактической сумме затрат на оплату труда с учётом суммы обязательных отчислений во внебюджетные фонды. Этот показатель рентабельности характеризует размеры валовой и чистой прибыли, полученной в расчёте на одну тыс. руб. средств, израсходованных на оплату труда и социальные нужды.

Рассмотрим показатели рентабельности. Рентабельности активов рассчитывается по формуле (1.1).

$$ROA=NI/TA, \quad (1.1)$$

где NI – чистая прибыль;

TA – сумма активов.

В данном случае уместно говорить не только о собственных активах предприятия, но и привлеченных (например, кредиты или дебиторская задолженность).

Рентабельность основных производственных фондов (ROFA) – аналогичный предыдущему показатель, оценивающий эффективность деятельности основных производственных фондов, а не активов. Соответственно, и в формуле учитывается именно их стоимость.

Рентабельность капитала (ROE) – параметр, показывающий, насколько эффективно используются собственные средства предприятия (или банка). В данном случае она высчитывается как отношение между чистой прибылью и суммой уставного капитала (а иногда и дополнительного) (1.2).

$$ROE = \Pi / K \cdot 100\%, \quad (1.2)$$

где ROE – рентабельность;

Π – прибыль;

K – капитал.

Разница в рентабельности активов и капитала показывает величину финансового рычага (то есть размер заемных средств), используемого при ведении бизнеса. Следует, отметить, что коэффициент ROE признается одним из основных показателей при анализе деятельности предприятия в развитых странах.

Рентабельность инвестиций (ROI) – показатель, оценивающий, какая прибыль была получена от изначальных инвестиций, то есть это соотношение между получившейся прибылью и суммой первоначальных вложений.

Коэффициент рентабельности инвестиций (ROI) рассчитывают по формуле (1.3).

$$ROI = \frac{\text{Прибыль} + (\text{цена продажи} - \text{цена приобретения})}{\text{цена приобретения}} \times 100\%, \quad (1.3)$$

где Прибыль – доходы, полученные за время владения активом;

Цена приобретения – цена, по которой был приобретен актив;

Цена продажи – цена, по которой был продан (или может быть продан) актив по окончании срока владения.

При анализе финансовой отчетности компаний термином ROI часто называют либо группу финансовых показателей, характеризующих рентабельность различных составляющих капитала, либо показатель рентабельности инвестированного капитала (ROIC).

Коэффициент рентабельности инвестированного капитала (Retrn On Invested Capital, ROIC) – отношение чистой операционной прибыли компании к среднегодовой суммарного инвестированного капитала.

Данный коэффициент характеризует доходность, полученную на капитал, привлеченный из внешних источников. В общем виде, формула расчета показателя выглядит следующим образом (1.4).

$$ROIC = \frac{NOPLAT}{\text{Инвестированный капитал}} \times 100\%, \quad (1.4)$$

где NOPLAT - чистая операционная прибыль за вычетом скорректированных налогов.

Инвестированный капитал – капитал, инвестированный в основную деятельность компании; В качестве инвестированного капитала должен учитываться только капитал, вложенный в основную деятельность компании, так же, как и рассматриваемая прибыль является прибылью от основной деятельности. В общем виде, инвестированный капитал можно вычислить как сумму оборотных средств в основной деятельности, чистых основных средств и чистых прочих активов (за вычетом беспроцентных обязательств). Другой вариант расчета - инвестированными средствами считают сумму собственного капитала и долгосрочных обязательств. Детали определения величины инвестированного капитала будут зависеть от особенностей ведения учета и структуры бизнеса. Главное условие, которое должно быть при этом достигнуто, это то, что при анализе должен быть учтен тот и только тот капитал, который использован для получения прибыли, включенной в расчет [12].

На практике часто прибегают к упрощенному подходу, при котором не выделяется основная деятельность компании, а анализ ведется по всем инвестициям и всем доходам. Погрешность этого допущения будет зависеть от того, какой будет величина не операционной прибыли компании в

рассматриваемом периоде и насколько велики инвестиции в неосновную деятельность [22].

Расчет эффективности хозяйственной деятельности можно производить с учетом как единовременных, так текущих затрат. Различают рентабельность производства и продукции. Поясним в чем отличия. Коэффициент рентабельности производства оценивает, с какой степенью эффективности используется имущество организации (то есть основные фонды и оборотные средства).

Формула данного коэффициента выглядит следующим образом (1.5).

$$P_{\text{п}} = \frac{П_{\text{б}}}{\text{Фос. фонд} + \text{Фобор. средств}} \times 100\%, \quad (1.5)$$

где $P_{\text{п}}$ – это рентабельность производства (измеряемая в процентах);

$П_{\text{б}}$ – прибыль балансовая (измеряется в тысячах рублей);

Фос. фонд. – стоимость основных фондов (в среднем за год, тысяч рублей);

Фоборот. средств – размер оборотных средств (тысяч рублей).

Рентабельность же продукции (ROM) показывает, насколько эффективными были понесенные затраты. В данном случае вычисляется отношение между прибылью от реализации продукции к ее себестоимости. Данный показатель можно вычислять как в целом, для всей сбываемой продукции, так и для отдельных наименований товара. Формула же будет выглядеть следующим образом (1.6).

$$P_{\text{п}} = \frac{П}{C_{\text{п}}}, \quad (1.6)$$

где $P_{\text{п}}$ – рентабельность реализуемой продукции;

$П$ – прибыль от реализации;

$C_{\text{п}}$ – себестоимость реализуемой продукции.

Ну и в дополнение к данным коэффициентам существует и так называемый коэффициент рентабельности продаж, обозначаемый как ROS (return on sale). Его значение вычисляется путем соотношения между прибылью от продаж (операционной прибылью) и выручкой компании. Иными словами это соотношение между чистой прибылью, оставшейся после налогообложения, и объемом продаж [7]. А если говорить еще более просто, то данный параметр отражает, сколько процентов прибыли содержится в каждом полученном (заработанном) компанией рубле. Несомненно, это один из показателей, исходя из которого, формируются цены на товары и услуги, продаваемые компанией и показывающий, насколько существенны издержки компании. Рентабельность продаж — коэффициент рентабельности, который показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле. Обычно рассчитывается как отношение чистой прибыли (прибыли после налогообложения) за определённый период к выраженному в денежных средствах объёму продаж за тот же период (1.7).

$$\text{Рентабельность продаж} = \text{Чистая прибыль} / \text{Выручка}, \quad (1.7)$$

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки.

Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях. Часто используется для оценки операционной эффективности компаний.

Помимо приведенного выше расчета существуют и другие вариации расчета показателя рентабельности продаж, но для расчета всех их используются только данные о прибылях (убытках) организации (т.е. данные формы №2 «Отчет о прибылях и убытках», не затрагивая данных Баланса).

При анализе финансовой отчетности, для оценки эффективности хозяйственной деятельности и процессов ценообразования, применяют коэффициент рентабельность продаж.

Определение. Рентабельность продаж вычисляется как отношение чистой прибыли к выручке (нетто) от всех видов продаж.

Формула расчета показателя рентабельность продаж (1.8).

$$ROS = \frac{NI}{NS} \times 100\%, \quad (1.8)$$

где NI - чистая прибыль, рубль;

NS - выручка (нетто) от всех видов продаж, рубль.

Предназначение. Коэффициент рентабельность продаж характеризует эффективность производственной и коммерческой деятельности и показывает, сколько предприятие имеет чистой прибыли с рубля продаж.

Иными словами, сколько средств остается у предприятия после покрытия себестоимости продукции, выплаты процентов по кредитам и уплаты налогов [5].

Показатель рентабельности продаж характеризует важнейший аспект деятельности компании – реализацию основной продукции, а также позволяет оценить долю себестоимости в продажах. Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. Различия в конкурентных стратегиях и продуктовых линейках вызывают значительное разнообразие значений рентабельности продаж в различных компаниях.

Часто используется для оценки операционной эффективности компаний. Однако следует учитывать, что при равных значениях показателей выручки, операционных затрат и прибыли до налогообложения у двух разных фирм рентабельность продаж может сильно различаться, вследствие влияния объемов процентных выплат на величину чистой прибыли.

Коэффициент рентабельности продаж определяется результативностью работы отчетного периода; вероятный и планируемый эффект долгосрочных инвестиций он не отражает [23].

Например, когда коммерческая организация совершает переход на новые перспективные технологии или виды продукции, требующие больших инвестиций, показатели рентабельности могут временно снижаться. Однако если стратегия была выбрана верно, понесенные затраты в дальнейшем окупятся, и в этом случае снижение рентабельности в отчетном периоде не означает низкой эффективности работы предприятия.

Основной и самый распространенный показатель оценивающий прибыльность предприятия это коэффициент общей рентабельности. Данный показатель определяется как отношение прибыли до налогообложения к выручке от реализации товаров, работ и услуг, производимых предприятием (1.9).

$$\text{КОР} = \frac{\text{прибыль (убыток) до налогообложения}}{\text{выручка}} \times 100\%, \quad (1.9)$$

где КОР – коэффициент общей рентабельности.

Таким образом, сам термин рентабельность применяется для описания экономической эффективности использования материальных, трудовых, финансовых ресурсов. Для численной оценки эффективности в экономике применяют коэффициент рентабельности. Определение рентабельности. Обычно в литературе можно встретить примерно следующее, общее определение рентабельности [39]. Рентабельность – экономическое понятие являющееся относительным показателем экономической эффективности. Рентабельность показывает совокупную картину эффективности использования финансовых, трудовых и материальных ресурсов организации.

1.3. Факторы повышения прибыли и рентабельности

Любое предприятие предполагает в качестве основной цели извлечение прибыли. Необходимый уровень прибыли и рентабельности позволяет решать целый комплекс задач, обуславливающих стабильность и эффективность их бизнеса. Однако возможность достижения прибыли проблема сложная, поскольку зависит от влияния множества факторов [11].

Прибыль и рентабельность в условиях формирования рыночной экономики являются важнейшими показателями хозяйственной деятельности сельхоз организаций и предприятий. Эти показатели отражают все стороны деятельности предприятий:

- объем и структуру оборота;
- рациональное использование ресурсов;
- осуществление мероприятий по совершенствованию организаций и технологий производственных процессов и т.д.

Сумма и уровень прибыли формируются под воздействием большого количества различных факторов, оказывающих на них как положительное, так и отрицательное влияние. Количество факторов, определяющих величину прибыли и рентабельности, вряд ли можно четко ограничить, оно весьма велико. Все факторы можно разделить на основные, оказывающие наибольшее влияние на сумму и уровень прибыли, и на второстепенные, влияние которых можно пренебречь. Кроме того, всю совокупность факторов можно разделить на внутренние и внешние. Они тесно связаны между собой.

К внутренним факторам, влияющих на прибыль и рентабельность, относятся ресурсные факторы (величина и состав ресурсов, состояние ресурсов, условия их эксплуатации), а также факторы, связанные с увеличением выручки [24].

К основным внешним факторам, формирующим прибыль сельскохозяйственного предприятия можно отнести следующие факторы [20]:

- емкость рынка – от емкости рынка зависит выручка сельскохозяйственного предприятия. Чем больше емкость рынка, тем и больше возможности предприятия по получению прибыли;

- развитие конкуренции – оказывает отрицательное влияние на сумму и уровень прибыли, т.к. оно приводит к усреднению нормы прибыли. Конкурентная борьба требует определенных расходов, снижающих получаемую сумму прибыли;

- размер цен – в условиях конкуренции повышение цен не всегда приводит к адекватному повышению продажных цен. Сельхоз предприятия стремятся меньше работать с посредниками, выбирать среди поставщиков тех, кто предлагает товары одного уровня качества по более низким ценам;

- цены на услуги предприятий транспорта, коммунального хозяйства, ремонтных и других предприятий. Повышение цен и тарифов на услуги увеличивает текущие расходы предприятий, уменьшает прибыль и снижает рентабельность торговой деятельности;

- развитие профсоюзного движения – предприятие стремится к ограничению расходов на заработную плату. Интересы работников выражают профсоюзы, которые ведут борьбу за повышение размеров оплаты труда, что создает предпосылки для снижения прибыли предприятия;

- развитие деятельности общественных организаций потребителей товаров и услуг;

- регулирование государством деятельности сельскохозяйственных предприятий. Этот фактор относится к числу основных, определяющих размер прибыли и рентабельности.

Прибыль – это часть чистого дохода, создаваемого в процессе производства и реализованного в сфере обращения, который непосредственно получают предприятия.

Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между выручкой (без налога и других отчислений из выручки в бюджетные фонды) и полной

стоимостью реализованной продукции. Значит, чем больше предприятие, реализует рентабельной продукции, тем больше получит прибыль, тем лучше его финансовое состояние [21].

Прибыль есть сумма превышения доходов над расходами организации, полученных организацией за отчетный период от:

- обычных видов деятельности (выручка от продажи продукции товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг);
- операционной деятельности (поступление от продажи основных средств и иных активов);
- чрезвычайной деятельности (штрафы, пени, активы, полученные безвозмездно, и т.д.).

Прибыль – это денежное выражение накоплений, создаваемых предприятиями любой формы собственности. Как экономическая категория она характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятий [25].

Прибыль является показателем, который наиболее полно отражает эффективность хозяйствования, объем и состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета, интенсификацию деятельности.

Прибыль, как конечный финансовый результат деятельности фирмы, представляет собой разность между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций.

Таким образом, прибыль формируется в результате взаимодействия многих компонентов как с положительным, так и с отрицательным знаком. Прибыль как главный результат предпринимательской деятельности обеспечивает потребности самой фирмы и государства в целом.

Конечный финансовый результат складывается под влиянием объема реализации, уровня торговой надбавки и размера издержек обращения по реализации товаров.

Правильно организованный учет финансовых результатов предприятия позволяет оперативно контролировать их размер. На размер полученной прибыли оказывают влияние, как положительные факторы, так и отрицательные.

На рисунке 1.3 представлено влияние факторов на показатель прибыли.



Рисунок 1.3 – Влияние факторов на показатель прибыли

На величину прибыли организации влияют различные факторы, которые можно разделить на внешние и внутренние.

К внутренним факторам относятся, такие как:

- изменение объемов производства;
- себестоимость продукции; политика ценообразования;
- качество и ассортимент продукции;
- эффективность использования ресурсов, которыми располагает предприятие;

- учетная политика организации, в части оценки материально-производственных запасов, в отношении признания доходов и расходов и т. д. [6].

К внешним факторам, влияющим на величину прибыли организации относятся:

- инфляционные процессы;
- изменение конъюнктуры рынка;
- спрос на производимую предприятием продукцию;
- покупательская способность населения;
- общие экономические и социальные условия и т. п.

С экономической точки зрения прибыль можно охарактеризовать сложной категорией.

При этом, прибыль является показателем, полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции и оказывающим стимулирующее действие для развития организации.

В росте прибыли заинтересованы как непосредственно сама организация, так и государство. Получение предприятием прибыли по результатам финансово-хозяйственной деятельности повышает его инвестиционную привлекательность, способствует экономической заинтересованности работников и служит основным источником социального и экономического развития.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает в качестве обязательных элементов [17]:

- оценку изменения по каждому показателю за анализируемый период («горизонтальный период» показателей);
- оценку структур показателей прибыли и изменений их структуры («вертикальный анализ» показателей);
- изучение хотя бы в самом общем виде динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов («трендовый анализ» показателей);

- выявление факторов и причин изменения показателей прибыли и их количественную оценку.

Основными задачами анализа прибыльности являются:

- анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли;
- факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг);
- анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализованной и финансовой деятельности;
- анализ и оценка использования чистой прибыли;
- анализ и взаимосвязи затрат, объема производства (продаж) и прибыли;
- анализ резервов роста прибыли на основе оптимизации объемов реализации и издержек производства и обращения.

Общеизвестно, что результаты деятельности предприятий могут быть оценены различными показателями, такими, как объем выпуска продукции, объем продаж, прибыль. Характеризуя финансовый или производственный результат, перечисленные показатели не способны оценить эффективность деятельности предприятий. Это связано с тем, что данные показатели являются абсолютными характеристиками деятельности предприятия, и их правильная интерпретация по оценке результативности может быть осуществлена во взаимосвязи с другими показателями, характеризующими вложенные в предприятие средства [26].

Таким образом, можно сделать вывод, что показатели рентабельности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и систематизируются в соответствии с интересами участников экономического процесса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственной, коммерческой, инвестиционной и т. д.), и они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты

хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными или потребленными ресурсами [14].

Кроме того, показатели рентабельности можно объединить в несколько групп: показатели, характеризующие окупаемость издержек производства и инвестиционных проектов; показатели, характеризующие рентабельность продаж; показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Таким образом, финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются величиной прибыли и уровнем рентабельности. Следует отметить, что чем выше показатели прибыли и рентабельности, тем эффективнее функционирует организация, тем выше ее финансовая устойчивость. Основной целью анализа прибыли и рентабельности организации является разработка и принятие экономически обоснованных управленческих решений, направленных на устойчивый рост ее финансовых результатов и поиск путей повышения эффективности деятельности [23].

В процессе достижения данной цели решаются основные задачи:

- регулярный контроль за формированием финансовых результатов, получением прибыли и ее динамикой;
- установление влияния внешних и внутренних факторов на финансовые результаты организации;
- поиск резервов и возможностей роста прибыли и рентабельности;
- разработка мероприятий, направленных на эффективное использование выявленных резервов и возможностей повышения прибыли и рентабельности;
- контроль за реализацией разработанных мероприятий.

Следует отметить, что организация, работающая неэффективно, не в состоянии решать стратегические задачи, а также развивать свою деятельность.

И наоборот, компания, с высокими показателями эффективности имеет широкие возможности не только для текущего функционирования, но и для

расширения масштабов в перспективе, привлечения инвесторов и кредиторов.

Основным источником информации для анализа прибыли и рентабельности организации является бухгалтерская отчетность. Значение анализа прибыли и рентабельности организации заключается в формировании информации для обоснования управленческих решений, планирования деятельности, оценке и контроле выполнения планов. Именно анализ прибыли и рентабельности позволяет повысить уровень планирования.

Особая роль при этом отводится выявлению резервов повышения эффективности производства, экономному использованию ресурсов, внедрению достижений научно-технического прогресса, предупреждению излишек затрат [2]. Для эффективного функционирования организации важно своевременно выявлять отклонения и определять их характер, следить за тенденцией развития экономических процессов и явлений, влияющих на показатели прибыли и рентабельности.

Положительные влияния необходимо поддерживать, а при выявлении отрицательных, следует оперативно разрабатывать мероприятия, направленные на препятствие развития данной тенденции. В процессе анализа прибыли и рентабельности организации могут быть использованы различные методы экономического анализа, позволяющие получить количественную и качественную оценку.

К таким методам относятся: горизонтальный и вертикальный анализ, сравнительный анализ, факторный анализ, а также анализ коэффициентов. Горизонтальный анализ прибыли и рентабельности позволяет исследовать их динамику во времени, установить закономерности и тенденции. В процессе его проведения определяются темпы роста и прироста отдельных видов прибыли. Вертикальный анализ прибыли основывается на изучении структуры агрегированных показателей ее формирования, распределения и использования.

При этом, исчисляются удельные веса отдельных структурных элементов агрегированного показателя прибыли. Сравнительный анализ при оценке прибыли и рентабельности состоит в сопоставлении значений аналогичных показателей между собой. В процессе применения данного анализа определяются абсолютные и относительные отклонения сравниваемых показателей [6].

Факторный анализ прибыли и рентабельности направлен на определение влияния факторов на результативный показатель. Анализ коэффициентов предполагает соотношения абсолютных показателей между собой, при этом рассчитываются разные относительные показатели, отражающие отдельные аспекты формирования, распределения и использования прибыли организации.

К основным коэффициентам можно отнести группу коэффициентов рентабельности и др. Процесс управления прибылью и рентабельностью организации основывается на результатах проведенного экономического анализа данных показателей.

Существенное значение в этом случае отводится методике проведенного исследования, позволяющей сформировать наиболее исчерпывающую информацию для целей разработки обоснованных управленческих решений и мероприятий по повышению финансовых результатов и эффективности деятельности организации.

Таким образом, анализ прибыли и рентабельности является одним из значимых направлений при поиске путей повышения эффективности функционирования предприятия. От своевременности его проведения, достоверности полученных результатов и оперативности разработки мер, направленных на рост показателей прибыли и рентабельности зависит успешное развитие организации в долгосрочной перспективе [2].

Для повышения эффективности работы предприятия большое значение имеет поиск резервов увеличения прибыли. Важнейшими условиями роста прибыли предприятия от реализации продукции являются: расширение

объемов производства; снижение себестоимости продукции; повышение качества и конкурентоспособности; оптимизация запасов на складе; своевременные расчеты покупателей за полученную продукцию; внедрение прогрессивных видов расчетов за товары и др. Кроме указанных выше условий, на рентабельность производства оказывают влияние номенклатура (ассортимент) выпускаемых изделий, т.к. каждое из них характеризуется свойственным ему уровнем рентабельности. Эффективность производства представляет собой комплексное отражение конечных результатов использования всех ресурсов производства за определенный промежуток времени [15].

Таким образом, повышению рентабельности предприятия способствует внедрение прогрессивных технологий в области организации производства и обслуживания потребителей товаров и услуг, совершенствование организации производства и качества обслуживания; повышение технической оснащенности предприятий и производительности труда; внедрение прогрессивных информационных технологий.

2. Основные показатели прибыли и рентабельности нефтяной компании АО «Газпромбанк»

2.1 Общая характеристика и основные показатели деятельности организации

Газпромбанк – один из крупнейших универсальных банков России. Через АО «Газпром» в капитале банка опосредованно участвует государство. Банк основан в 1990 г.

В банковскую группу ГПБ входят Еврофинанс Моснарбанк, Кредит Урал Банк и специализированный ипотечный «ГПБ-Ипотека» (бывший «Совфинтрейд»). Кроме того, Газпромбанк участвует в капитале трех зарубежных банков — Белгазпромбанка (Белоруссия), Арэксимбанка (Армения) и Gazprombank (Цюрих, Швейцария).

Сеть обслуживания и продаж кредитной организации насчитывает свыше 300 точек, в том числе 43 филиала, 240 дополнительных и 21 операционный офис, а также 3 представительства за рубежом (Китай, Монголия, Индия). Численность сотрудников ГПБ превышает 9800 человек.

Вы инициативны и целеустремлены, не боитесь ответственных решений и масштабных задач, у Вас есть опыт работы в отечественных, в зарубежных банках или в других финансовых структурах, – Газпромбанк готов рассмотреть Ваши предложения.

Банк сочетает в себе черты отраслевого банка, обслуживающего практически всю газовую отрасль России, и универсального клиентского банка. Это удачное сочетание обеспечивает Банку высокую динамику развития и стабильность финансово-экономических показателей.

Газпромбанк предоставляет широкий спектр услуг 45 тыс. юридических и порядка 3 млн физических лиц. Более 1000 банкоматов и почти 3 тыс. торговых терминалов обслуживают порядка 2 млн пластиковых

карт, выпущенных банком. На обслуживании по зарплатным проектам находится около 3 тысяч предприятий.

Организационная структура управления в отделении АО «Газпромбанк» представлена в приложении.

Управление банком осуществляется в порядке, предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Банка.

В соответствии со ст. 9 устава банка органами управления банком являются:

- общее собрание акционеров;
- совет директоров;
- единоличный (Председатель Правления) и коллегиальный (Правление) исполнительные органы.

Законодательством Российской Федерации и уставом банка определены перечни решений, которые принимаются исключительно Общим собранием акционеров, и решений, которые принимаются Советом директоров.

Высшим органом управления банка является Общее собрание акционеров. Совет директоров банка осуществляет общее руководство деятельностью банка, за исключением решения вопросов, отнесенных Федеральным законом от 26 декабря 1995 года №208-ФЗ «Об акционерных обществах» и Уставом банка к компетенции Общего собрания акционеров. Руководство текущей деятельностью Банка осуществляется единоличным (Председатель Правления) и коллегиальным (Правление) исполнительными органами.

Спектр услуг Банка сегментирован по следующим категориям клиентов:

- частные лица (кредитование, вклады, денежные переводы и платежи, валютно-обменные операции, операции с монетами из драгоценных металлов, инвестиционные операции и др.);

- малый бизнес и крупные корпоративные клиенты (государственные закупочные интервенции, большой спектр различных кредитных программ, предоставление банковских гарантий, расчетно-кассовое обслуживание, финансирование внешнеторговых операций, международные расчеты, валютный контроль, зарплатные проекты, торговый эквайринг, депозитное обслуживание, операции с драгоценными металлами и др.);

- финансовые организации, в том числе другие кредитные организации (открытие и ведение корреспондентских счетов, депозитные операции, хеджирование валютных рисков, операции на межбанковских рынках, операции с долговыми обязательствами, операции с наличной валютой и др.).

Для определения тенденций в развитии Банка представляется целесообразным рассмотреть основные финансово-экономические показатели его деятельности в динамике ряда лет, которые представлены в таблице 2.1. Показатели основаны на финансовой отчетности Банка, представленной в его годовых отчетах

Таблица 2.1 – Основные показатели, характеризующие экономическое положение АО «Газпромбанк» 2014-2016 гг.

Показатели	2014	2015	2016	Изменение			
				2015/2014		2016/2015	
				Абс	отн	абс	абс
Активы	4635523,5	4952750	4748924,3	3172265	6,8	-203826	-4,1
Пассивы	4301165,7	4540379,1	4306109,3	239213,4	5,6	-234270	-5,2
Источники собственны х средств	334357,8	412370,9	442815	78013,1	23,3	30444,1	7,4
Вне балансовые обязательс тва	1257,3	3544,5	1217,6	2287,2	181,91	-2326,9	-65,6
Выручка	13116,7	63346,9	61395,2	50230,2	382,9	-1951,7	-3,1

Как мы видим из таблицы 2.1, в АО «Газпромбанк» в 2015 году наблюдается рост активов на 3172265 млн. руб., в 2016 году рост активов снижается на 4,1%. Также в 2016 году выявлено снижение пассивов на 234270 млн. руб., в АО «Газпромбанк» наблюдается в 2015 году повышение источников собственных средств на 23,3%, в 2016 году на 7,4, также в организации выявлено снижение вне балансовых обязательств в 2016 году на 65,6%.

На рисунке 2.1, представлен график экономической деятельности АО «Газпромбанк».

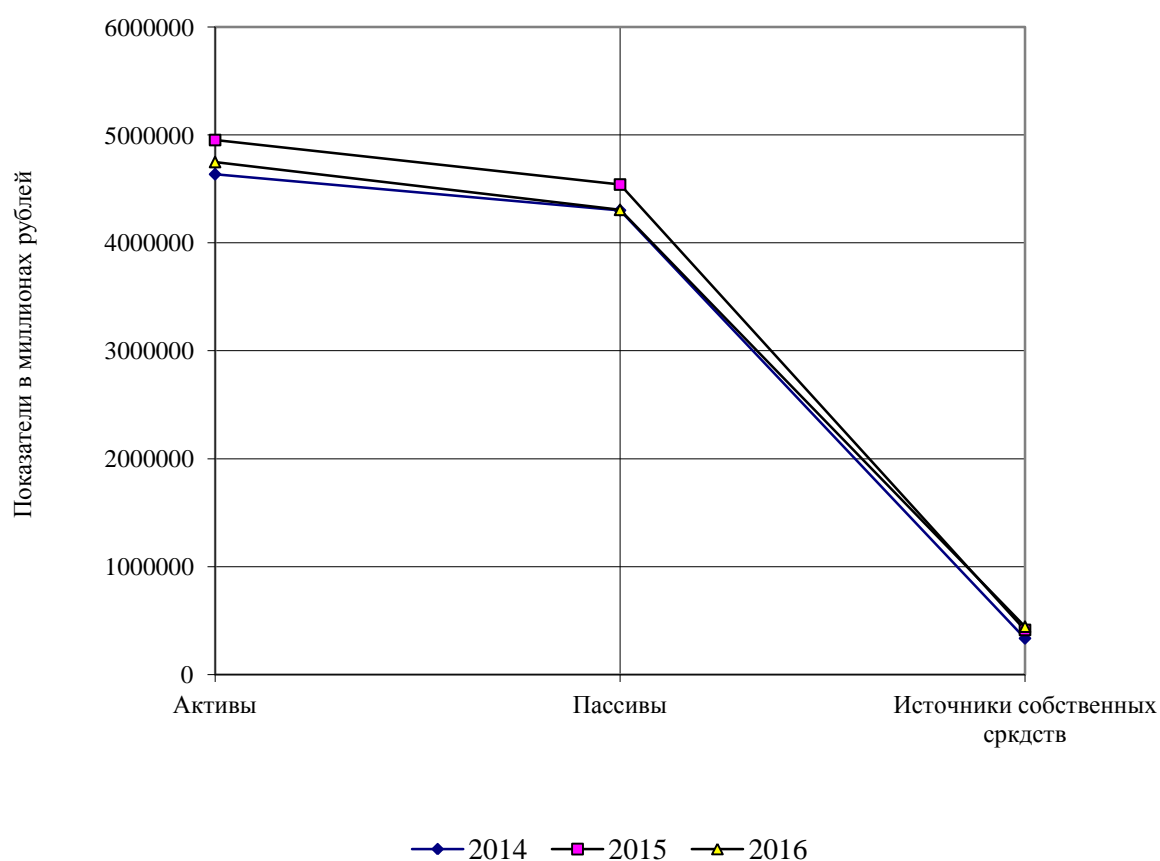


Рисунок 2.1 – График экономической деятельности АО «Газпромбанк»

По данным рисунка 2.1, в 2015 году наблюдается интенсивный рост активов, пассивов источников собственных средств. В 2016 году

наблюдается снижение активов, пассивов, однако наблюдается повышение источников собственных средств.

Эффективность операций банка находится в прямой зависимости от структуры и сбалансированности размещенных и привлеченных средств.

Структура активов Банка представлена на рисунок 2.2.

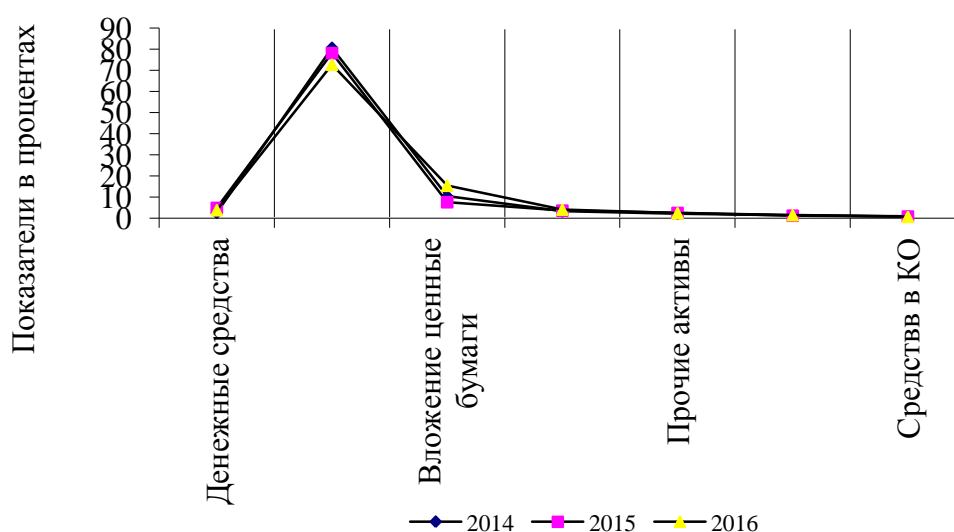


Рисунок 2.2 – Динамика структуры активов АО «Газпромбанк», %

Согласно данным рис.2.2 определяющую роль в формировании активов Банка играют кредитные операции, однако их удельный вес уменьшился в исследуемом периоде с 80,7 до 72,7%.

Второй по весомости статьей активов Банка являются операции с ценными бумагами, включающие в себя:

- чистые вложения в ценные бумаги, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток;
- чистые вложения в ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи, в том числе, инвестиции в дочерние и зависимые предприятия.

Удельный вес ценных бумаг в активах Банка снизился по итогам 2015 г. с 10,4 до 7,6%, а по итогам 2016 г. вырос до 15,4 %.

Отмечается рост доли основных средств в активах Банка, которая в исследуемом периоде увеличилась с 3,3 до 4,1%.

Денежные средства занимают 3,8% в совокупных активах Банка на 01.01.2017 г.

Удельный вес средств, хранимых на корсчетах в ЦБ РФ, изменился незначительно и составляет 1,6%. То же самое можно отметить, характеризуя долю средств, хранимых на корсчетах в других кредитных организациях, которая составляет 1,6%.

Таким образом, активы Банка на 72,7% сформированы за счет ссудной задолженности. Однако Банк в целях уменьшения кредитного риска в 2016 г. диверсифицировал свой кредитный портфель, разместив часть активов в ценные бумаги, что обусловило снижение доли ссудной задолженности в его активах.

Структура пассивов Банка в разрезе собственных и привлеченных средств представлена на рисунке 2.3.

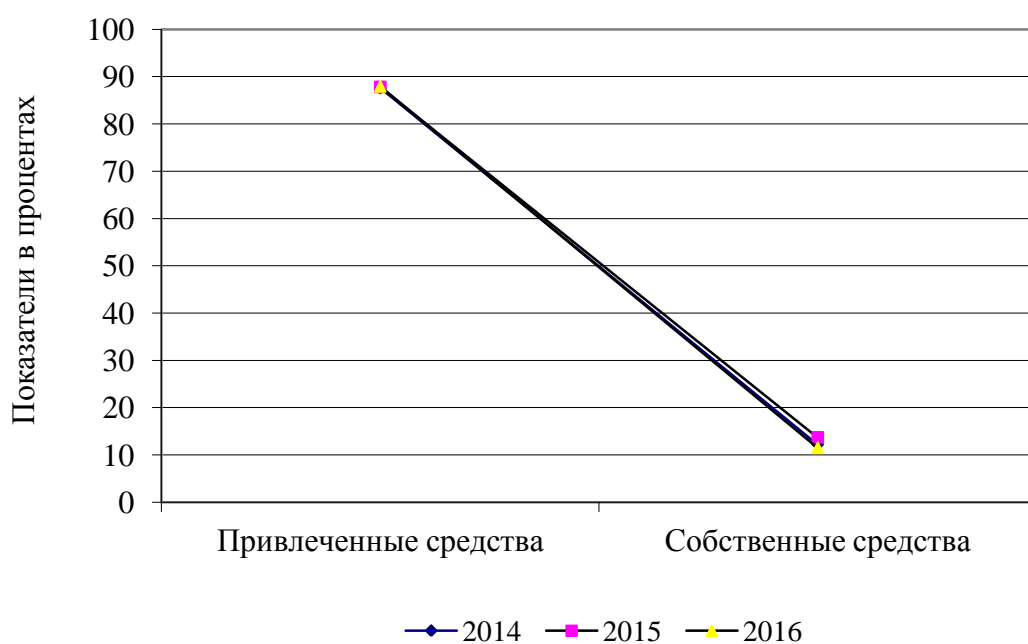


Рисунок 2.3 – Структура пассивов АО «Газпромбанк, %

Привлеченные средства занимают большую часть пассивов Банка, что является характерным для формирования структуры пассивов в коммерческих банках. Их удельный вес составляет 87,8% по состоянию в 2015 и незначительно менялся в исследуемом периоде. Соответственно удельный вес собственных средств (капитала) Банка составляет 12,2%, что на 0,7 п.п. больше, чем в 2016 г. и на 1,5 п.п. меньше, чем в 2015 г.

2.2 Анализ прибыли и рентабельности АО «Газпромбанк»

Для проведения анализа прибыли и рентабельности организации проведем анализ финансовых результатов деятельности предприятия, то есть анализ балансовой, валовой и чистой прибыли.

В таблице 2.2, представлен анализ прибыли АО «Газпромбанк».

Таблица 2.2 – Анализ динамики валовой, балансовой и чистой прибыли АО «Газпромбанк» 2014-2016 гг.

Показатели	Показатели в миллиардах рублей			Изменение			
	2014	2015	2016	2015/2014		2016/2015	
				абс	отн	абс	Отн
Прибыль (убыток) до налогообложения	60471,6	10982,9	57862,6	-49488,7	-81,8	46879,7	426,8
Прибыль (убыток) после налогообложения	17702,8	46061,8	46425,2	28359	160,2	363,4	0,8
Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	46660,7	17702,8	46061,8	-28957,9	-62,1	28359	160,2
Нераспределенная прибыль	87568,5	150476,3	158320,4	62907,8	71,8	7844,1	5,7
Оборотные средства (капитал)	500141,1	632651,1	652341,2	132510	26,5	19690,1	3,
Основной капитал	340334,3	410311,5	411775,1	69977,2	20,6	1463,6	0,4
Чистая прибыль	52652,4	60991,5	62545,2	-49488,7	-81,8	46879,7	426,8

Как мы видим из таблицы 2.2, в анализируемый период в 2014 году сумма прибыли до налогообложения составила 60471,6 млрд. руб., в 2015 году 10982,9 млрд. руб., в 2016 году сумма прибыли до налогообложения составила 57862,6 млрд. руб. Сумма прибыли после налогообложения в 2014 году была 17702,8 млрд. руб., в 2015 году – 46061,8 млрд. руб., в 2016 г. – 46425,2 млрд. руб.

Неиспользованная прибыль за отчетный период составила в 2014 г. 46660,7 млрд. руб., в 2015 г. – 17702,8 млрд. руб., в 2016 г. – 46061,8 млрд. руб. Сумма нераспределенной прибыли в 2014 году составила 87568,5 млрд. руб., в 2015 г. – 150476,3 млрд. руб., в 2016 г. – 158320,4 млрд. руб. Сумма собственных средств в 2014 году составила 500141,1 млрд. руб., в 2015г – 632651,1 млрд. руб., в 2016 г. - 652341,2 млрд. руб.

Данные о структуре прибыли представлены на риунке 2.4.

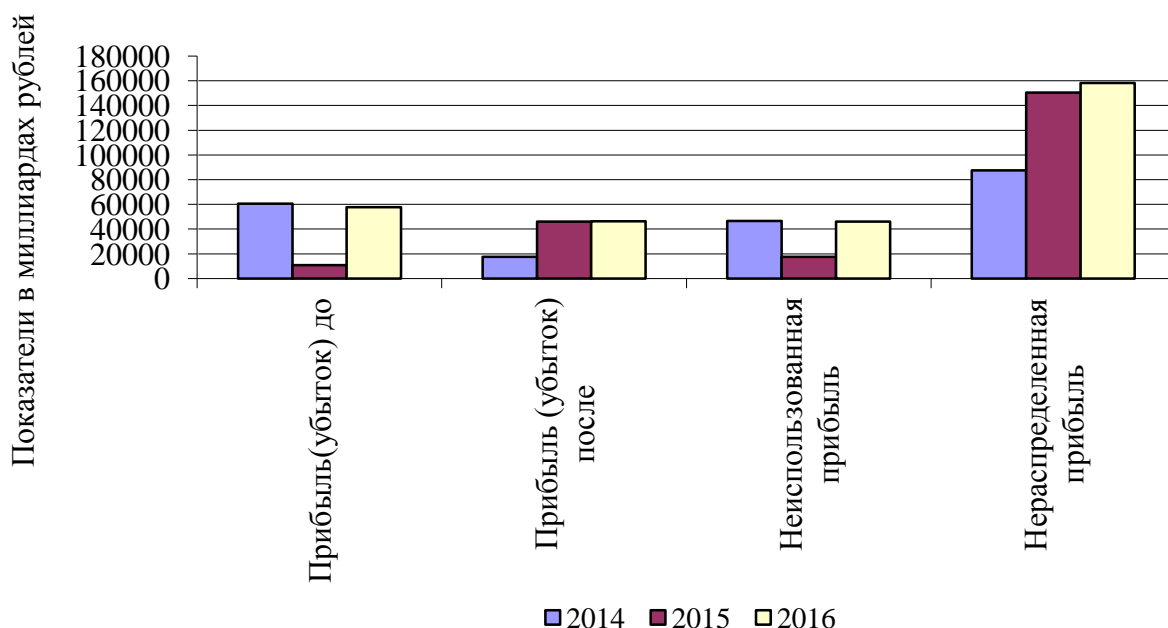


Рисунок 2.4 - Данные о составе прибыли АО Газпромбанк

По данным рисунка 2.4, мы видим, что в 2015 году наблюдается снижение прибыли до налогообложения и неиспользованной прибыли, в 2016 году наблюдается повышение суммы прибыли.

Прибыль, которая учитывает все результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия, называется балансовая прибыль. Она включает - прибыль от реализации продукции (работ, услуг) или прибыль от основной деятельности, результат от прочей реализации.

Рассмотрим структуру балансовой прибыли АО Газпромбанк за 2014 – 2016 гг., проследим ее динамику, сравнивая с показателями предшествующего года, а также оценим выполнение плана по балансовой прибыли. Данные приведены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Состав и динамика балансовой прибыли АО Газпромбанк, 2014-2016 гг.

Состав балансовой прибыли	Показатели в миллиардах рублей						
	2014	2015	2016	Изменение			
				2015/2014		2016/2015	
				абс	отн	Абс	отн
Прибыль	1129,32	1134,32	1149,1	5	0,4	14,78	1,3
Прибыль от основной деятельности	1123	1130	1141,4	7	0,6	11,4	1
Результат от прочей деятельности	428	536	775	108	25,2	239	44,5
Чистая прибыль (убыток)	52652,4	60991,5	62545,2	-49488,7	-81,8	46879,7	426,8

Результат от прочей деятельности в 2016 г. составил 775 млрд. руб., что по отношению к предыдущему году в абсолютном выражении выросло на 239 млрд. руб. Прибыль от основной деятельности выросла в 2016 г. по сравнению с 2015 г на 11,4 млрд. руб. Балансовая прибыль в 2016г увеличилась на 14,78 млрд. руб. Это является положительной тенденцией, свидетельствует о том, что финансирование для увеличения прибыли распределяется эффективно.

Представим полученные данные в виде рисунка 2.5.

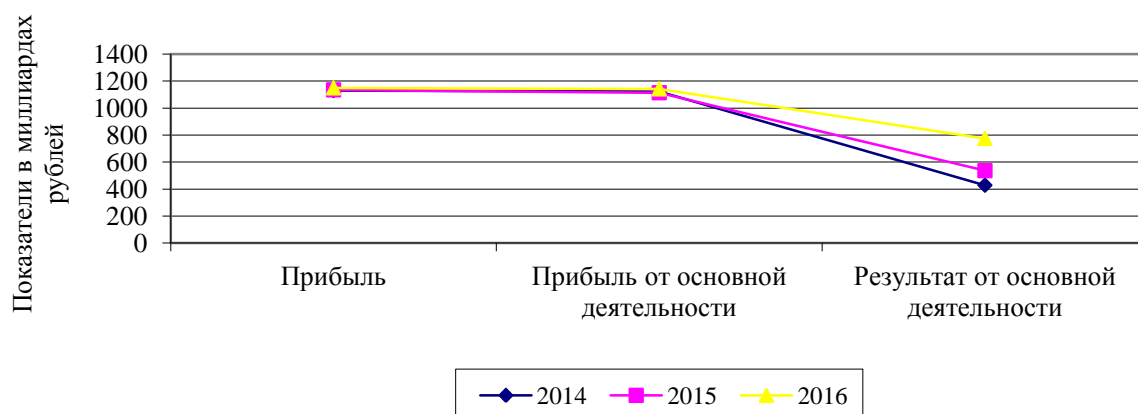


Рисунок 2.5 – Динамика балансовой прибыли АО Газпромбанк 2014-2016 гг.

Как мы видим из рисунка 8, в анализируемый период наблюдается динамика повышения балансовой прибыли в АО Газпромбанк.

Чистая прибыль (нераспределенная прибыль отчетного периода) – та прибыль, которая остается в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, экономических санкций и отчислений в благотворительные фонды. Сумма чистой прибыли в 2015 году понизилась на 49488,7 млрд. руб., в 2016 году сумма чистой прибыли повысилась до 46879,7 млрд. руб.

Для анализа структуры прибыли АО Газпромбанк за 2014 – 2016 гг. построим агрегированный вертикальный отчет о прибылях и убытках.

Таблица 2.4 Анализ структуры прибыли АО Газпромбанк за 2014 – 2016гг.

Анализ структуры прибыли АО Газпромбанк показал, что большую долю в выручки занимает чистая прибыль. Так, в 2014г ее доля составила 56,2 % от выручки, а в 2016 г доля прибыли увеличилась на 5,5 %. Прибыль до налогообложения увеличилась в 2015 г на 28,8 % и составила 46,1 %, в 2016 году составила 76,9%. Чистая прибыль так же имеет тенденцию к росту на 56,2 % в 2016г по сравнению с 2015 г и составила 5,5%.

Представим полученные данные в виде рисунка 2.6.

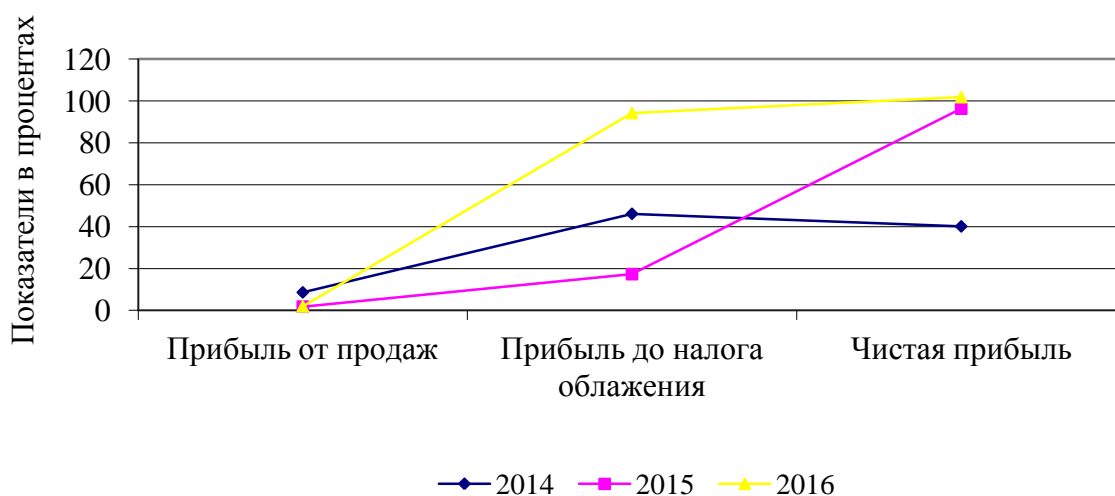


Рисунок 2.6 – Динамика структуры прибыли АО Газпромбанк за 2014 – 2016 гг.

Как мы видим из рисунка 2.6, в анализируемый период наблюдается рост чистой прибыли и прибыли до налогообложения.

Анализ прибыли недостаточен без оценки рентабельности. В таблице 5 рассмотрим коэффициенты рентабельности.

Таблица 2.5 Коэффициенты рентабельности АО Газпромбанк за 2014 – 2016 гг.

Показатель	Алгоритм расчета	2014	2015	2016	Показатели в процентах	
					\pm	
					2015/2014	2016/2015
Рентабельность продаж	$(\text{Прибыль} / \text{выручка}) * 100\%$	4,01	0,9	1,1	-3,11	0,2
Рентабельность собственного капитала	$(\text{Чистая прибыль} / \text{собственный капитал}) * 100\%$	0,2	0,1	0,2	-0,1	0,1
Рентабельность текущих активов	$(\text{Чистая прибыль} / \text{оборотные средства}) * 100\%$	0,1	0,1	0,1	0	0
Рентабельность активов	$(\text{Чистая прибыль} / \text{суммарные активы}) * 100\%$	8,8	8,1	7,5	-0,6	-0,6

Как мы видим из таблицы 2.5, в АО Газпромбанк наблюдается в 2015 году снижение рентабельность продаж на 3,11%, однако в 2016 году рентабельность повышается на 0,2%. Также в 2015 году наблюдается снижение рентабельности собственного капитала, которая начинает повышаться в 2016 г. на 0,1%. Рентабельность текущих активов в анализируемые период не изменилась и составила 0,1%, также наблюдается снижение рентабельности активов на 0,6%.

Представим полученные данные в виде рисунка 2.7.

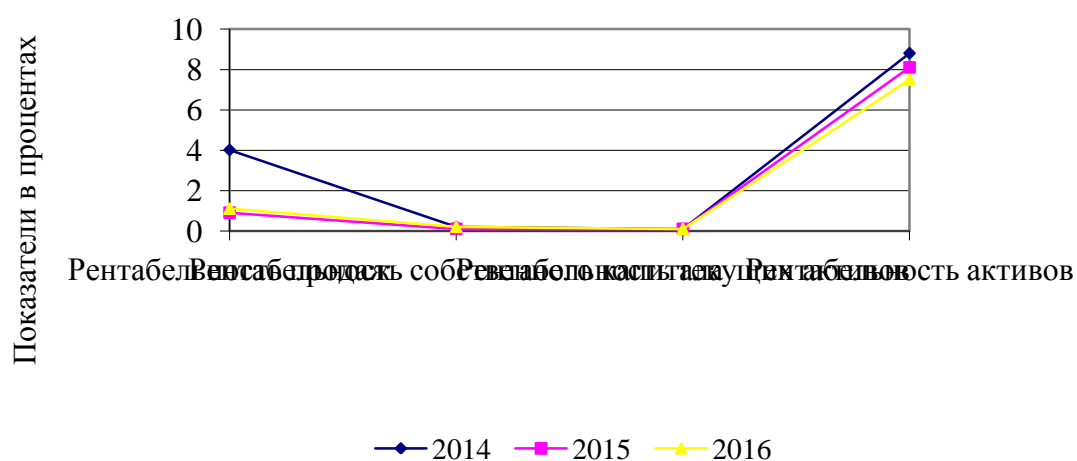


Рисунок 2.7 Динамика рентабельности АО Газпромбанк за 2014 -2016 гг.

По данным рисунка 2.7, мы видим, что в анализируемый период наблюдается динамика роста рентабельности продаж и рентабельности собственного капитала, что говорит о том, что деятельность АО Газпромбанк является рентабельным.

2.3. Управление прибылью и рентабельностью в АО «Газпромбанк»

Управление прибылью и рентабельностью АО Газпромбанк – важная составная часть банковского управления, цель которой заключается в максимизации прибыли при доступном уровне рисков и обеспечении ликвидности баланса. Элементы управления системы прибылью. Управление прибылью банка осуществляется через систему элементов управления, тесно связанных между собой [10].

Можно выделить следующие основные блоки управления прибылью коммерческого банка:

- определение подразделения банка, участвующих в процессе управления прибылью;
- планирование доходов, расходов и прибыли банка;
- применение способов оценки уровня прибыльности банковской деятельности;
- определение методов текущего регулирования прибыли.

Управление прибылью коммерческого банка осуществляется на различных уровнях: на уровне банка в целом и на уровне отдельных направлений деятельности банка, конкретных банковских продуктах, отдельных рабочих мест, взаимоотношений с клиентом. Содержание отдельных элементов управления рентабельностью кредитной организации имеет свою специфику применительно к перечисленным уровням.

В управлении прибылью банка принимает участие различные его подразделения: руководящие органы, департаменты, управление, отделы.

К их числу относятся:

- во-первых, функциональные подразделения, то есть управления и отделы, прямо участвующие в проведении активных и пассивных операций банка, например управление ссудных операций, ценных бумаг, депозитных операций, операционное управление. В их функции по управлению

прибылью входит оценка и анализ рентабельности создаваемых продуктов, контроль за рентабельностью отдельных сделок, предоставление информации в сводные аналитические управления для оценки рентабельности банка в целом. Контрольные формы участия функциональных подразделений в управлении прибылью банка определяется Правлением банка;

- во-вторых, к их числу подразделений кредитной организации и участвующих в управлении прибылью, относятся казначейство или другое сводное управление. В его функции входят составление плана доходов и расходов банка как составной части бизнес-плана, анализ и оценка уровня прибыли банка в целом и рентабельности отдельных направлений деятельности банка, разработка рекомендаций о величине достаточной процентной маржи, процентных ставок по активным и пассивным операциям банка, в структуре работающих активов и ресурсов. Конкретные функции казначейства во многом зависят от структуры кредитной организации и определяются Правлением банка [27];

- третьим подразделением банка, участвующим в управлении прибылью, является бухгалтерия, которая обеспечивает аналитические службы казначейства и функциональных подразделений необходимой информацией.

В качестве четвертого подразделения следует выделить службу внутреннего контроля в функции, которой входит контроль за правильностью формирования и использования прибыли. Основные направления этого контроля включают следующее:

- проверка соблюдения нормативных требований Центрального Банка Российской Федерации в отношении организации аналитического и синтетического учета доходов, расходов, формирования и использования прибыли;

- проверка соблюдения требований Министерства по налогам и сборам Российской Федерации по расчету налогооблагаемой базы;

- проверка правильности применяемых ставок налога и сроков его перечисления;

- проверка льгот, используемых банком при исчислении налогов;

- проверка использования прибыли.

Планирование доходов, расходов и прибыли банка в качестве элемента управления рентабельностью банка на макроуровне включает следующие направления: составление планового баланса дохода и расходов банка в рамках бизнес-плана, планирование на его основе достаточно процентной моржи, составление сметы доходов и расходов банка, прогнозный расчет нормы прибыли на активы и собственный капитал, планирование распределение прибыли.

В таблице 2.6 представим структурно-динамический анализ доходов АО «Газпромбанк».

Таблица 2.6 Структурно-динамический анализ доходов АО «Газпромбанк» 2014-2016 гг.

Показатель	2014	2015	2016	Показатели в миллионах рублей			
				Изменение			
				2015/2014		2016/2015	
				Абс	отн	абс	отн
Чистые доходы от операций с финансовыми активами	141614,4	183425,6	902004,4	41811,2	29,5	718578,8	391,8
Чистые доходы от переоценки иностранной валюты	13116,6	10068,6	11323	-3048	-23,2	1254,4	12,5
Комиссионные доходы	181139,9	223925,6	216652,2	42785,7	23,6	-7273,4	-3,2
Доходы от открытия и ведения банковских счетов,	357253	367263	358375	10010	2,8	-8888	-2,4
Доходы от проведения других сделок	844	500	1941	-344	-40,8	1441	288,2
Доходы от участия в капитале других организаций	2952	2891	1614	-61	-2,1	-1277	-44,2

Как мы видим из таблицы 2.6, в АО «Газпромбанк» в 2014 году сумма чистых доходов от операций с финансовыми активами составила 141614,4 млрд. руб., в 2015 г. – 183425,6 млн. руб., в 2016 г. – 902004,4 млн. руб.

Чистые доходы от переоценки иностранной валюты в 2014 году были на сумму 13116,6 млн. руб., в 2015 г. – 10068,6 млн. руб., в 2016 г. сумма чистых доходов от переоценки иностранной валюты составила 11323 млн. руб. Сумма комиссионных доходов в 2014 г. составила 181139,9 млн. руб., в 2015 г. – 223925,6 млн. руб., в 2016 г. – 216652,2 млн. руб.

Доходы от открытия и ведения банковских счетов в 2014 г. составили 357253 млн. руб., в 2015 г. – 367263 млн. руб., в 2016 г. – 358375 млн. руб.

Представим полученные данные в виде рисунка 2.8.

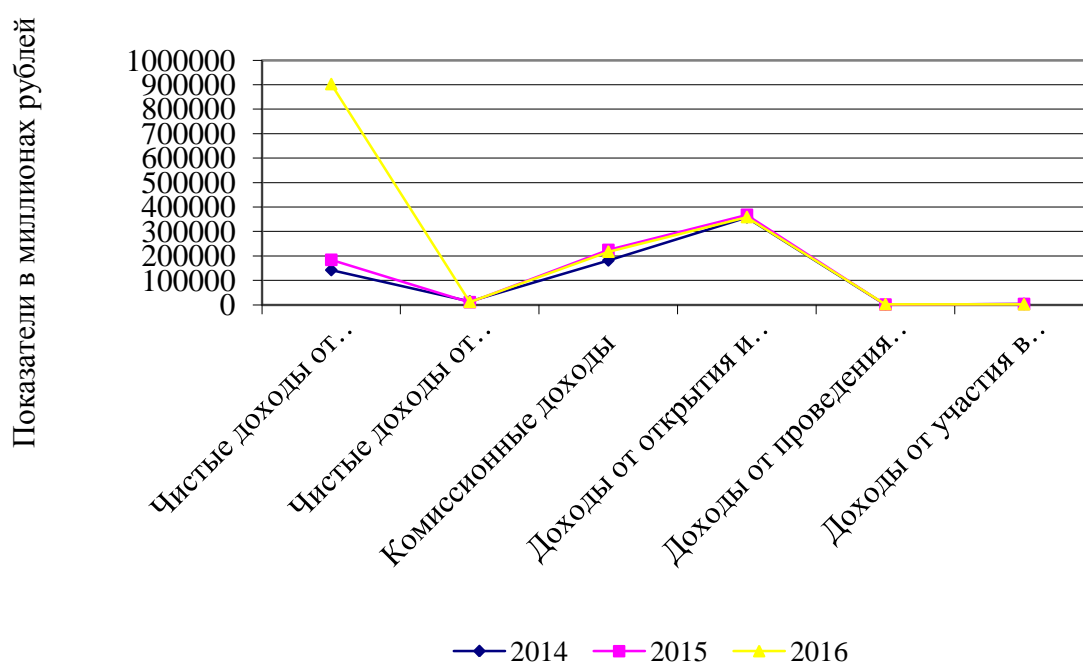


Рисунок 2.8 Структурно-динамический анализ доходов
АО «Газпромбанк»

Как мы видим из рисунка 2.8, в АО Газпромбанк наблюдается динамика роста доходов.

В таблице 2.7 приведен структурно-динамический анализ расходов АО «Газпромбанк».

Таблица 2.7 Структурно-динамический анализ расходов АО «Газпромбанк» 2014-2016 гг.

Показатель	2014	2015	2016	Показатели в миллионах рублей			
				Изменение			
				2015/2014		2016/2015	
				абс	отн	абс	Отн
Процентные расходы	268987	271284	284825	2297	0,8	13541	4,9
По денежным средствам на банковских счетах клиентов - юридических лиц	2953	2714	2083	-239	-8,1	-631	-23,2
По депозитам юридических лиц	20000	21361	21901	1361	6,8	540	2,5
По прибыли прочим прибыль привлеченным субъект средствам юридических лиц	-	649	665	-	-	16	2,5
По денежным субъект средствам на банковских субъект счетах клиентов - физических лиц	144035	159942	165693	15907	11	5751	3,5
По депозитам клиентов - физических лиц	101869	86605	94482	-15264	-14,9	7877	9,1
По выпущенным долговым обязательствам	130	13	1	-117	-90	-12	-92,3
Другие расходы по банковским операциям и другим сделкам	253652	343068	298143	89416	35,3	-44925	-13,1
Операционные расходы	21850	27598	4305	5748	26,3	-23293	-84,4
Другие операционные расходы	415890	361999	459123	-53891	-12,9	97124	26,8
Комиссионные сборы	79063	86714	94773	7651	9,7	8059	9,3
Прочие расходы	3067	2221	4316	-846	-27,6	2095	94,3

В результате анализа таблицы 2.7 можно сделать вывод, что в структуре расходов преобладает отрицательная переоценка, которая составила в 2014 г. – 30,21%, в 2015г. – 25,07% и 2016 г. – 21,40%. Так же можно отметить значительную часть других операционных расходов равных (27,13%, 19,33%, 24,64%) в 2014, 2015 и 2016 гг.

Расходы, связанные с обеспечением деятельности кредитной организации так же играют значительную роль в структуре расходов, они равны 20,75% в 2014 г.– 19,69 в 2016 г. – 21,06%.

В целом видно, что в общем виде происходит увеличение расходов в 2015/2014 гг. на 22,19%, а в 2016/2015 гг. происходит снижение на 0,52%.

Далее необходимо провести сравнительный анализ доходов и расходов по разделам, для определения того, какие операции для банка являются прибыльными, а какие убыточными.

Таблица 2.8 - Сравнительный анализ доходов и расходов АО «Газпромбанк» 2014-2016 гг.

Показатели в миллионах рублей								
	2014	2015	2016		2014	2015	2016	Прибыль/убыток 2014
Глава I. Доходы				Глава II. Расходы				
А. От банковских операций и других сделок	8752	1239	12399	А. По банковским операциям и другим сделкам	29300	61435	58296	58223
Б. Операционные доходы	7963	7806	74548	Б. Операционные расходы	12188	12278	12544	-4224
В. Прочие доходы	8811	4752	4532	В. Прочие расходы	3067	2221	4316	5 744

По данным таблицы 2.8, можно сделать вывод, что на протяжении всех исследуемых периодов, убыточным является операционный раздел, так как расходы превышают доходы. Так же можно отметить, что прибыль от банковских операций и других сделок за исследуемые периоды увеличивается, что нельзя сказать о прочих доходах, для которых темпы роста меньше, чем рост прочих расходов.

В заключение анализа доходов и расходов следует провести коэффициентный анализ. Анализ будет считаться завершенным только после исследования и описания рассчитанных коэффициентов в динамике.

Расчет коэффициентов позволяет нам сделать следующие выводы:

- коэффициент соотношения процентных доходов и расходов оценивает способность банка получать прибыль от деятельности, связанной с риском. Чем выше данный показатель, тем лучше. Динамика показателя положительная, что говорит о том, что процентные доходы растут быстрее, чем увеличиваются процентные расходы;

- коэффициент эффективности затрат оценивает эффективность банка в целом, способность покрывать накладные расходы. Данный показатель также имеет не определенную тенденцию, однако на протяжении всего рассматриваемого периода превышает 1, что свидетельствует об эффективности деятельности банка в целом и его способности покрывать накладные расходы [8];

- коэффициент использования доходов на содержание аппарата управления отражает относительную эффективность затрат банка на содержание аппарата. Этот показатель можно оценивать как критерий материального стимулирования сотрудников. Увеличение свидетельствует о заинтересованности банка в материальном стимулировании персонала;

- операционная эффективность характеризует уровень покрытия операционных расходов соответствующими доходами. Значения показывают, что операционные расходы не полностью покрываются операционными доходами;

- рентабельность затрат показывает сколько банк имеет прибыли с каждого вложенного рубля. Снижение говорит об уменьшении доли прибыли. Рентабельность собственного капитала рассчитывается делением чистой прибыли (обычно, за год) на собственный капитал. Чем выше рентабельность собственного капитала, тем лучше.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для оценки результативности и экономической целесообразности деятельности предприятия недостаточно только определить абсолютные показатели. Более объективную картину можно получить с помощью показателей рентабельности. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия.

Исходя из рассмотренных точек зрения на предмет исследования (процесс формирования и использования прибыли предприятия) под прибылью понимается положительная разница между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и т.п.) и затратами на производство или приобретение, хранение, транспортировку, сбыт этих товаров и услуг.

В работе выявлена сущность предмета исследования сущность прибыли как экономической категории проявляется в ее функциях.

Функции прибыли:

- характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Но все аспекты деятельности предприятия с помощью прибыли оценить невозможно. Такого универсального показателя и не может быть. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей;

- прибыль обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что она одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью. Доля чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для

финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников;

- прибыль служит одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ.

Термин рентабельность ведет свое происхождение от рента, что в буквальном смысле означает доход. Таким образом, термин рентабельность в широком смысле слова означает прибыльность, доходность.

Показатели рентабельности используют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто используются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства.

Рентабельность – показатель экономической эффективности организации, который отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и др. ресурсов.

Для оценки финансово-хозяйственной деятельности организации, аргументированного управления компанией и сокращения издержек используются различные показатели рентабельности. Их можно условно разделить на две группы: рентабельность продаж и рентабельность активов.

Целью управления рентабельностью предприятия является определение путей оптимизации величины прибыли как в целом, так и от отдельных видов деятельности. Объектом управления является бухгалтерская прибыль (убыток), представляющая собой конечный

финансовый результат, выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций организации и оценки статей бухгалтерского баланса по правилам, принятым в соответствии с Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации.

Цикл управления рентабельностью состоит из двух этапов:

- анализ факторов, влияющих на прибыль и рентабельность;
- прогнозирование финансовых параметров.

Основная цель анализа рентабельности состоит в выявлении тенденций и пропорций, сложившихся в распределении прибыли за отчетный период по сравнению с планом в динамике.

По результатам анализа разрабатываются рекомендации по формированию прибыли, изменению пропорций в распределении прибыли и наиболее рациональному ее использованию. Для достижения данной цели решаются следующие задачи:

- анализ динамики, структуры и структурной динамики прибыли от основной деятельности, от финансово-хозяйственной деятельности, от обычной деятельности, чистой прибыли;
- анализ влияния факторов на величину прибыли на каждом этапе ее расчета;
- расчет и факторный анализ показателей рентабельности;
- анализ влияния изменения прибыли на изменение показателей эффективности деятельности предприятия;
- анализ использования прибыли предприятия;
- оценка динамики доли прибыли, которая идет на самофинансирование предприятия и материальное стимулирование работников;
- анализ выполнения плана по использованию прибыли.

Основным источником информации для анализа рентабельности организации является Отчет о прибылях и убытках.

Он построен таким образом, что в нем отдельно отражаются доходы и расходы по различным направлениям деятельности организации.

Основные аспекты управления рентабельностью в работе рассмотрены на примере АО «Газпромбанк».

По итогам проведенного исследования было выявлено, что основные резервы увеличения прибыли АО «Газпромбанк» следующие:

- увеличение выручки от оказания услуг;
- повышение эффективности использования оборудования;
- уменьшение расходов.

Реализация выше приведенных мероприятий позволит увеличить объем получаемой прибыли, повысить уровень рентабельности и, как результат, приведет к повышению эффективности деятельности компании в целом.

Таким образом, в результате предложенных мероприятий планируется, что рост выручки от оказания услуг АО «Газпромбанк» увеличится за счет внедрения дополнительного обслуживания клиентов на 43220 млн. руб.

Величина валовой прибыли возрастет на 33466 млн. руб.

В результате сокращения логистических операций и внедрения мониторинга коммерческие расходы сократятся на 7%, тогда величина коммерческих расходов уменьшится на 119 млн. руб.

Все внедренные мероприятия позволят увеличить прибыль от оказания услуг банком на 35584 млн. руб. А показатель рентабельности увеличится на 11% и составит в 2017 г. 12,1%.

Итогом реализации предложенных мероприятий будет увеличение финансовых результатов и, в итоге, приведет к росту эффективности деятельности АО «Газпромбанк».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации : в 4 ч. : по состоянию на 28.03.2017 - Москва: Приор, 2017, - 186 с.
- 2 Налоговый Кодекс Российской Федерации по состоянию на 28.12.2016- Москва: ГроссМедиа, 2012. - 528 с.
- 3 Абрютина, М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: / М.С. Абрютина. – Москва: Дело и сервис, 2013. – 256 с.
- 4 Аврова, И.А. Прибыль и НДС: / И.А. Аврова – Москва: Бератор, 2011. – 125 с.
- 5 Альбеков, А. У. Экономика коммерческого предприятия: / А.У. Альбеков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 278 с.
- 6 Артеменко, В.Г., Финансовый анализ. Учебное пособие: / В.Г. Артеменко. – Москва: Дело и Сервис, 2013. – 160 с.
- 7 Астринский, Д. Экономический анализ финансового положения предприятия: / Д. Астринский. - Москва: Экономист, 2012. – № 12. – С. 55-57.
- 8 Барышников, Н.П. Бухгалтерский учет: отчетность и налогообложение: / Н.П. Барышников. - Москва: Филинь, 2011. - 312 с.
- 9 Бочаров, В.В. Финансовый анализ: / В.В. Бочаров. – Санкт Петербург: Питер, 2013. – 240 с.
- 10 Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет: / Ю.А. Бабаев. - Москва: Юнити, 2009. – 527 с.
- 11 Баканов, М.И., Теория экономического анализа: / М.И. Баканов. — Москва: Финансы и статистика, 2010. – 425 с.
- 12 Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: / И.Т. Балабанов – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 235 с.
- 13 Балабанов, И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: / И.Т. Балабанов. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 208 с.

- 14 Басовский, Л.Е. Теория экономического анализа: / Л.Е. Басовский. – Москва: Вузовский учебник, 2012. – 222 с.
- 15 Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: / Т.Б. Бердникова. – Москва: Инфра-М, 2011. – 215 с.
- 16 Бочаров, В. В. Финансовый анализ: / В.В. Бочаров. – Санкт Петербург: Питер, 2013. – 240 с.
- 17 Вакуленко, Т.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений: / Т.Г. Вакуленко. – Москва: «ИД Герда», 2011. – 214 с.
- 18 Вахрушина, М.А. Международные стандарты финансовой отчетности: / М.А. Вахрушина. - Москва: Омега-Л, 2014. – 568 с.
- 19 Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли: / Л.П. Дашков. – Москва: Маркетинг, 2011. – 354 с.
- 20 Ермолович, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. / Л.И. Ермолович. – Минск: Интерпрессервис, 2013. – 356 с.
- 21 Киселев, М.В. Анализ и прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия: / М.В. Киселев. – Москва: А и Н, 2011. – 88 с.
- 22 Киселев, М.В. Основы финансового анализа / М.В. Киселев // Аудит и налогообложение / М.В. Киселев – 2012. – №8. – С. 13-15.
- 23 Ковалев, А.И. Анализ финансового состояния предприятия: / А.И. Ковалев – Москва: Вэлби, - 2013. – 208 с.
- 24 Ковалев, В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. / В.В. Ковалев. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 560 с.
- 25 Ковалев, В.В. Финансовый анализ: управление капиталом, выбор инвестиций. Анализ отчетности: / В.В. Ковалев. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 134 с.
- 26 Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник: / А.И. Ковалев. – Москва: Проспект, 2012. – 424 с.

- 27 Кожин, В.Я. Оценка прибыльности финансово-хозяйственной деятельности / В.Я. Кожин // Современный бухучет. – 2012. – №1. – С. 13-15.
- 28 Короткевич, В.Г. Практикум по экономике, организации производства и маркетингу на предприятии: / В.Г. Короткевич. – Минск: Высшая школа, 2012. – 432 с.
- 29 Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: / Л.И. Кравченко. – Минск: Высшая школа, 2013. – 430 с.
- 30 Лебедева, С.Н. Экономика торгового предприятия: / С.Н. Лебедева – Минск: Новое знание, 2012. – 456 с.
- 31 Любушин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: / Н.П.Любушин, В.Б. Лещева, В.Г.Дьякова. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 471 с.
- 32 Макарьян, Э.А. Финансовый анализ: / Э.А. Макарьян. - Москва: ФБК – Пресс, 2011. – 224 с.
- 33 Матвеева, В. М. Финансовый анализ позволяет предупредить несостоятельность / В.М. Матвеева // Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - №6. – С. 12-15.
- 34 Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта // Под ред. А. Н. Богатко. – Москва: Финансы и статистика, 2011. – 287 с.
- 35 Остапенко, В. Финансовое состояние предприятия: оценка, пути улучшения / В. Остапенко // Экономист. – 2012. – № 7. – С. 37-42.
- 36 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: / Ф.Г. Панкратов – Москва: Маркетинг, 2010. – 348 с.
- 37 Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: / Л.В. Прыкина – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 360 с.
- 38 Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами: / Н.Н. Селезнева. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 639 с.
- 39 Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: / Г.В. Савицкая. - Минск: Экоперспектива, 2011. – 688 с.

- 40 Савицкая, Г. В. Теория анализа хозяйственной деятельности: / Г.В. Савицкая. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 288 с.
- 41 Сажина, М. А. Экономическая теория. Учебник для вузов: / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – Москва: Норма, 2013. – 672 с.
- 42 Селезнева, Н.Н., Финансовый анализ: / Н.Н. Селезнев - Москва: ЮНИТИ, 2012. – 479 с.
- 43 Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: / А.Н. Соломатин – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 436 с.
- 44 Сапожникова, Н.Г. Экономика организации (предприятия) (СПО) Учебник для ССУЗов / Н.Г. Сапожникова, Я.Н. Куница. - М.: КноРус, 2013. - 408 с.
- 45 Сафронов, Н.А. Экономика организации (предприятия): Учебник для ср. спец. учебных заведений / Н.А. Сафронов. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 256 с.
- 46 Сергеев, И.В. экономика организации (предприятия): Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. - Люберцы: Юрайт, 2015.
- 47 Феоктистов, И.А. Расходы организации. Бухгалтерский и налоговый учет: / И.А. Феоктистов - Москва: ГроссМедиа, 2012. - 402с.
- 48 Финансовый менеджмент. Практикум: / под ред. Н.Ф.Самсонова. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 269 с.
- 49 Финансовый менеджмент. Учебное пособие: / под ред. Е.И. Шохина. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2012. – 408 с.
- 50 Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – Москва: Перспектива, 2012. – 178 с.
- 51 Финансы предприятий. Учебник для вузов: / под ред. Н.В. Колчина и др. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 447 с.
- 52 Чайников, В.В. Экономика предприятия (организации): Учебное пособие / В.В. Чайников, Д.Г. Лапин. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 439 с.

53 Чалдаева, Л.А. Экономика организации: Учебник и практикум для СПО / Л.А. Чалдаева. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 435 с.

54 Чечевицына, Л.Н. Экономика организации: Учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Чечевицына.. - Рн/Д: Феникс, 2013. - 382 с.

55 Шаркова, А.В. Экономика организации: Практикум для бакалавров / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. - М.: Дашков и К, 2016. - 120 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Список сокращений

АО – акционерное общество;
ГПБ Газпромбанк;
КПД – коэффициент полезного действия;
НДС налог на добавленную стоимость;
МЛН.РУБ. – миллионов рублей;
ТЫС.РУБ. – тысяч рублей;
ФЗ – федеральный закон.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Организационная структура управления в АО «Газпромбанк»

Наименование подразделения	Укрупнённые функции
Руководство - управляющий; - заместители управляющего филиалом; - главный бухгалтер; - заместитель главного бухгалтера.	Общее руководство деятельностью филиала
Административно-управленческий персонал	- ведение делопроизводства - ведение архива (включает отдельные должности специалистов по направлениям деятельности, невыделенные в самостоятельные подразделения)
Служба персонала (до 50 чел. – совмещение, от 50 до 100 чел. – отдельно выделенный сотрудник, свыше 100 чел. – отдел персонала)	- планирование численности и использование персонала - осуществление набора персонала и его расстановка, формирование резерва - ведение штатного расписания и кадровое делопроизводство - организация обучения и повышения квалификации - организация и проведение социальной работы
Юридический отдел	- правовое обеспечение деятельности филиала - защита прав и интересов филиала - юридическая экспертиза распорядительных и нормативных документов, договоров, кредитных заявок
Отдел клиентских отношений	- осуществление мероприятий по привлечению корпоративных и частных клиентов путём продажи продуктов и услуг (в т.ч. документарных операций и продуктов с использованием банковских карт) в соответствии с технологиями и продуктовым рядом, утверждёнными в Банке - формирование продуктового ряда и разработка тарифов филиала - маркетинг рынка банковских услуг - рекламное и PR – обеспечение работы филиала

Продолжение таблицы Б.1

Наименование подразделения	Укрупнённые функции
Кредитный отдел	<ul style="list-style-type: none"> - оценка кредитоспособности заёмщиков - формирование кредитных заявок - мониторинг финансового состояния заёмщиков и соблюдения заёмщиками условий заключённых кредитных договоров - осуществление кредитных операций (коммерческое кредитование) - сопровождение кредитного риска - ведение кредитных дел, работа с залогами - документарные операции
Отдел финансового анализа и планирования	<ul style="list-style-type: none"> - разработка финансовых планов и подготовка отчётов об их исполнении - разработка бизнес-планов, ТЭО, расчётов окупаемости проектов - осуществление текущего контроля исполнения утверждённых финансовых планов - планирование бюджетных показателей - анализ деятельности филиала и разработка мер по повышению эффективности его работы - подготовка информации по МСФО - методологическая работа по совершенствованию управленческого учёта
Отдел операций на денежных рынках и управления ресурсами	<ul style="list-style-type: none"> - контроль и управление ликвидностью филиала - ведение платёжных позиций - привлечение финансовых ресурсов - осуществление срочных депозитных операций - осуществление межфилиальных и межбанковских операций - проведение конверсионных операций - осуществление операций с ценными бумагами, в том числе по поручению клиента - контроль открытых валютных позиций - установление курсов наличных валютнообменных операций
Отдел учёта и отчётности	<ul style="list-style-type: none"> - ведение внутреннего учёта, оформление, сопровождение и контроль банковских операций (осуществление функций бэк-офиса) - формирование бухгалтерской, финансовой и налоговой отчётности
Операционный отдел	<ul style="list-style-type: none"> - расчётное обслуживание юридических лиц - ведение корреспондентского счёта филиала в расчётном подразделении Банка России - ведение счетов Лоро и Ностро - ведение счетов межфилиальных расчётов

Окончание таблицы Б.1

Наименование подразделения	Укрупнённые функции
Отдел обслуживания физических лиц	<ul style="list-style-type: none"> - расчётно-кассовое обслуживание физических лиц - складные операции и ведение счетов клиентов – физических лиц - предоставление в аренду сейфовых ячеек
Отдел кассовых операций	<ul style="list-style-type: none"> - осуществление кассовых операций
Отдел валютных операций	<ul style="list-style-type: none"> - сопровождение валютных контрактов - выполнение функций агента валютного контроля - обеспечение филиала наличной иностранной валютой - операции с драгоценными металлами
Отдел депозитарных операций	осуществление депозитарных операций и депозитарного учёта
Отдел информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> - сопровождение и эксплуатация автоматизированных банковских систем - сопровождение и эксплуатация вычислительных систем и сетей - эксплуатация телекоммуникационных сетей и оборудования - техническое обеспечение проведения операций с использованием банковских карт
Отдел банковских карт	Осуществление комплекса операций, связанных с эмиссией и обслуживание банковских карт, в том числе процессинговых операций
Экспертный отдел	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение экспертизы, информационной и физической безопасности деятельности филиала - организация работы с проблемными клиентами
Отдел инкассации (создаётся только в случае экономической целесообразности)	Инкассация и сопровождение наличных денежных средств и других материальных ценностей
Хозяйственный отдел	<ul style="list-style-type: none"> - поддержание банковских помещений, сопровождение строительных и ремонтных работ - оснащение филиала необходимой техникой, оборудованием, МБП и т.д. - организация транспортного обслуживания
Дополнительный офис	Комплекс операций, регламентируемых «Положением о дополнительном офисе»
Операционная касса вне кассового зала	Комплекс операций, регламентируемых «Положением об операционной кассе»